

UNIVERZITET U SARAJEVU  
EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

**RAZVOJ TURIZMA KANTONA SARAJEVO U  
POSTPANDEMIJSKOM PERIODU**

Sarajevo, juni 2024. godine

NERINA PRIGANICA

U skladu sa članom 54. Pravila studiranja za I, II ciklus studija, integrisani, stručni i specijalistički studij na Univerzitetu u Sarajevu, daje se

### **IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADA**

Ja, Nerina Priganica, studentica drugog (II) ciklusa studija, broj index-a 4397 na programu Menadžment, smjer Marketing menadžment, izjavljujem da sam završni rad na temu:

#### **RAZVOJ TURIZMA KANTONA SARAJEVO U POSTPANDEMIJSKOM PERIODU**

pod mentorstvom Prof. dr. Denis Berberović izradila samostalno i da se zasniva na rezultatima mog vlastitog istraživanja. Rad ne sadrži prethodno objavljene ili neobjavljene materijale drugih autora, osim onih koji su priznati navođenjem literature i drugih izvora informacija uključujući i alate umjetne inteligencije.

Ovom izjavom potvrđujem da sam za potrebe arhiviranja predao/predala elektronsku verziju rada koja je istovjetna štampanoj verziji završnog rada.

Dozvoljavam objavu ličnih podataka vezanih za završetak studija (ime, prezime, datum i mjesto rođenja, datum odbrane rada, naslov rada) na web stranici i u publikacijama Univerziteta u Sarajevu i Ekonomskog fakulteta.

U skladu sa članom 34. 45. i 46. Zakona o autorskom i srodnim pravima (Službeni glasnik BiH, 63/10) dozvoljavam da gore navedeni završni rad bude trajno pohranjen u Institucionalnom repozitoriju Univerziteta u Sarajevu i Ekonomskog fakulteta i da javno bude dostupan svima.

Sarajevo, 14.05.2024.

Potpis studenta/studentice:

## SAŽETAK

Ovaj rad i istraživanje ima za cilj doprinijeti razvoju i unapređenju turizma u Kantonu Sarajevo nakon pandemije koronavirusa. COVID-19 pandemija je donijela mnoge promjene u sektoru turizma, a fokus ovog rada je identifikovati trendove, prepreke te mapirati aktivnosti djelovanja kako bi se turizam u Kantonu Sarajevo poboljšao u postpandemijskom periodu. Rad se sastoji od teorijskog dijela koji prikazuje turizam prije pojave pandemije u svijetu, Bosni i Hercegovini i Kantonu Sarajevo, te posljedice COVID-19 pandemije na turizam. Osim teorijskog dijela, empirijsko istraživanje je imalo za cilj pružiti uvid u mogućnosti razvoja turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu prikupljanjem podataka iz dubinskih intervjuja sa predstavnicima iz turističkog sektora Kantona Sarajevo. Istraživanje je analizirano a rezultati su pokazali da Kanton Sarajevo ima veliki potencijal za razvoj turizma, ali zbog nedostatka strategije postoje prepreke koje koče daljnji razvoj i o kojima je diskutovano u radu. Također, date su preporuke i zaključci istraživanja.

**Ključne riječi:** turizam, COVID-19, pandemija, razvoj, Kanton Sarajevo, promocija, marketing, digitalizacija, održivi turizam

## ABSTRACT

This study aims to contribute to the development and improvement of tourism in the Sarajevo Canton after the coronavirus pandemic. The COVID-19 pandemic has brought about many changes in the tourism sector, and the focus of this study is to identify trends, obstacles, and map out action activities to improve tourism in the Sarajevo Canton in the post-pandemic period. The study consists of a theoretical part that presents tourism before the emergence of the pandemic globally, in Bosnia and Herzegovina, and in the Sarajevo Canton, as well as the consequences of the COVID-19 pandemic on tourism. In addition to the theoretical part, empirical research aimed to provide insight into the possibilities of tourism development in the Sarajevo Canton in the post-pandemic period by collecting data from in-depth interviews with representatives from the tourism sector of the Sarajevo Canton. The research was analyzed, and the results showed that the Sarajevo Canton has great potential for tourism development, but due to the lack of strategy, there are obstacles hindering further development, which are discussed in the study. Furthermore, recommendations and conclusions of the research are provided.

**Key words:** tourism, COVID-19, pandemic, development, Sarajevo Canton, promotion, marketing, digitalization, sustainable tourism

# SADRŽAJ

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. UVOD</b> .....   | <b>1</b>  |
| <b>2. TURIZAM PRIJE PANDEMIJE</b> .....                                      | <b>2</b>  |
| <b>2.1. Definicija i karakteristike turizma</b> .....                        | <b>2</b>  |
| <b>2.2. Industrija turizma na globalnom nivou</b> .....                      | <b>3</b>  |
| <b>2.3. Industrija turizma u Bosni i Hercegovini</b> .....                   | <b>3</b>  |
| <b>2.4. Turizam u Kantonu Sarajevo</b> .....                                 | <b>5</b>  |
| <b>3. POSLJEDICE PANDEMIJE NA TURIZAM</b> .....                              | <b>9</b>  |
| <b>3.1. Krize i vrste kriza u turizmu</b> .....                              | <b>10</b> |
| <b>3.2. Uticaj COVID-19 pandemije na turizam u svijetu</b> .....             | <b>11</b> |
| <b>3.3. Uticaj COVID-19 pandemije na turizam u Bosni i Hercegovini</b> ..... | <b>12</b> |
| <b>3.4. Uticaj COVID-19 pandemije na turizam u Kantonu Sarajevo</b> .....    | <b>13</b> |
| 3.4.1. Uticaj pandemije na nezaposlenost u Kantonu Sarajevo.....             | 16        |
| 3.4.2. Lockdown u Kantonu Sarajevo.....                                      | 17        |
| 3.4.3. Avio saobraćaj.....   | 18        |
| 3.4.4. Zimska turistička sezona 2020/2021.....                               | 18        |
| 3.4.5. Kulturne i sportske manifestacije.....                                | 19        |
| <b>4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE</b> .....                                      | <b>20</b> |
| <b>4.1. Istraživački problem</b> .....                                       | <b>20</b> |
| <b>4.2. Ciljevi istraživanja</b> .....                                       | <b>20</b> |
| <b>4.3. Istraživačka pitanja</b> .....                                       | <b>21</b> |
| <b>4.4. Metoda prikupljanja podataka</b> .....                               | <b>21</b> |
| 4.4.1. Vodič za intervju.....  | 21        |
| 4.4.2. Uzorak i prikupljanje podataka.....                                   | 23        |
| <b>4.5. Diskusija prikupljenih podataka</b> .....                            | <b>24</b> |
| 4.5.1. Uticaj COVID-19.....  | 24        |
| 4.5.2. Globalni trendovi za razvoj turizma .....                             | 26        |
| 4.5.3. Regionalni trendovi za razvoj turizma .....                           | 30        |
| 4.5.4. Prepreke za razvoj turizma.....                                       | 36        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.5.5. Targetovanje turista.....                                  | 41        |
| 4.5.6. Aktivnosti za unapređenje turizma u Kantonu Sarajevo ..... | 44        |
| <b>4.6. Nalazi istraživanja.....</b>                              | <b>46</b> |
| <b>4.7. Ograničenja istraživanja .....</b>                        | <b>49</b> |
| <b>4.8. Preporuke .....</b>                                       | <b>49</b> |
| <b>5. ZAKLJUČAK.....</b>  | <b>50</b> |
| <b>REFERENCE .....</b>  | <b>52</b> |
| <b>PRILOZI .....</b>  | <b>58</b> |

### **POPIS TABELA**

|  |    |
|--|----|
| Tabela 1. SWOT analiza turizma u Bosni i Hercegovini .....   | 3  |
| Tabela 2. Dio platnog bilansa BiH za pre i post COVID period 2019-2021., milioni KM.....               | 13 |
| Tabela 3. Evidencija nezaposlenih osoba u Kantonu Sarajevo za period Februar - Juni 2020. godine ..... | 17 |
| Tabela 4. Broj dolazaka turista po godinama u Kanton Sarajevo .....                                    | 18 |
| Tabela 5. Vodič za intervju .....  | 21 |
| Tabela 6. Prikaz ispitanika i njihovog trenutnog opisa posla .....                                     | 23 |
| Tabela 7. Uticaj COVID-19 pandemije .....  | 24 |
| Tabela 8. Globalni trendovi za razvoj turizma .....  | 27 |
| Tabela 9. Regionalni trendovi za razvoj turizma.....   | 31 |
| Tabela 10. Prepreke za razvoj turizma .....  | 36 |
| Tabela 11. Targetovanje turista .....  | 41 |
| Tabela 12. Aktivnosti za unapređenje turizma u Kantonu Sarajevo .....                                  | 44 |

### **POPIS SLIKA**

|   |    |
|---|----|
| Slika 1. Lična karta Kantona Sarajevo .....                 | 6  |
| Slika 2. Poziv Visit Sarajevo (Pandemijska aktivnost) ..... | 15 |

### **POPIS GRAFIKONA**

|   |    |
|---|----|
| Grafikon 1. Dolasci i noćenja turista u Kanton Sarajevo po godinama, 2022. .... | 16 |
|---|----|

### **POPIS PRILOGA**

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Prilog 1. Pitanja za intervju..... | 1 |
|------------------------------------|---|

## 1. UVOD

Turizam je jedna od najbrže rastućih industrija i u mnogim zemljama je važan izvor prihoda. Istovremeno, globalna turistička industrija vrlo je osjetljiva na vanjske događaje, među kojima su recesija, terorizam, bolesti ili prirodne katastrofe (Teitler-Regev *et al.*, 2014).

COVID-19 (SZO je 12. marta 2020. godine proglasila pandemijom) ima značajan uticaj na globalne ekonomske, političke i socio-kulturne sisteme. Strategije i mjere zdravstvene komunikacije (npr. socijalno distanciranje, zabrane putovanja, ograničeno kretanje, kampanje za ostanak kod kuće, samo ili obavezna izolacija, zabrana skupova) zaustavili su globalna putovanja, turizam i slobodno vrijeme (Sigala, 2020).

Pojavom koronavirusa u 2020. godini desile su se velike promjene u životima ljudi širom svijeta. Turizam je sektor koji je među najpogođenijim kada je riječ o krizi koja je nastupila zbog koronavirus pandemije. Kanton Sarajevo, u čijem području se nalazi glavni grad Bosne i Hercegovine, Sarajevo je iz godine u godinu ostvarivao sve veći broj posjeta turista. Prema statističkom biltenu Kantona Sarajevo (2020), u 2019. godini zabilježeno je 1.309.113 noćenja što je za 18% više nego u 2018. godini. Trend rasta turističkog prometa se očekivao i u 2020. godini, ali kako je nastupila koronavirus pandemija došlo je do pada broja dolazaka turista u Kanton Sarajevo za 80% u odnosu na prethodnu godinu.

Pandemija donosi i promjenu ponašanja ljudi jednih prema drugima, zbog straha od zaraze tokom putovanja, pa su više tražene turističke destinacije koje nisu toliko popularne i koje posjećuje manji broj ljudi. Za turističke destinacije ključni faktor uspjeha je sposobnost da se pružaju bezbjedno, predvidljivo i sigurno okruženje za posjetitelje (Volo, 2007). Turisti obično nisu skloni riziku i prema tome, bilo koja stvarna ili pretpostavljena opasnost po njihovo zdravlje ili sigurnost vjerovatno će utjecati na njihovu odluku da posjete određeno odredište (Sonmez i Graefe, 1998; Lepp i Gibson, 2003).

Turisti se odlučuju za destinacije u svojim državama iz sigurnosnih i zdravstvenih razloga, te na taj način pomažu oporavku domaćeg turizma. Jedan od načina u borbi protiv COVID-19 pandemije je upotreba novih tehnologija kako bi došlo do ponovnog otvaranja turizma i ekonomije. Kada je riječ o samoj destinaciji, treba se posvetiti posebna pažnja ka izgradnji imidža destinacije iz razloga što izvještavanje u medijima može pozitivno ili negativno oblikovati percepciju turističke destinacije.

Razvoj turizma Kantona Sarajevo u postpandemijskom periodu kao tematika je u smislu ovog rada i cilja rada ima za cilj prikaz toka uticaja pandemije COVID-19 na živote ljudi i njihove svakodnevne potrebe, a među njima posebno na aspekt turizma od kojeg je ovaj dio Europe itekako zavisian. Grana turizma je naročito bila važna u periodu 2019. godine u

kojoj je ostvaren procentualno visok napredak u svim aspektima i parametrima, što je stvorilo dosta novih ideja koje su bile ključne u godinama ispred, a koje su nažalost, prekinute pandemijom.

Ovaj rad ima za cilj i svrsishodan je u pokazivanju parametara koji dovode do određenih zaključaka sa kojima i uz pomoć kojih ćemo moći znati gdje se griješilo, gdje se uradilo dobro i šta je to potrebno da se u budućem periodu unaprijedi turistička ponuda i sama grana turizma u Kantonu Sarajevo, a sve u zavisnosti od oporavka privrede sa kojom je usko vezan i turizam. Razvoj turizma u Kantonu Sarajevo izuzetno će zavisiti i imat će veliki uticaj ukoliko budu lokalne vlasti imale snage i sredstava, te političke volje da se ova grana privrede oporavi, koja je itekako pogođena restrikcijama putovanja.

## **2. TURIZAM PRIJE PANDEMIJE**

Prema Behsudi (2020), prije pojave koronavirusa, putovanja i turizam su postali jedan od najvažnijih sektora u svjetskoj ekonomiji, čineći više od 320 miliona radnih mjesta u svijetu i 10% globalnog BDP-a.

### **2.1. Definicija i karakteristike turizma**

Shodno podacima Williams i Shaw (2004), turizam je globalna industrija koja uključuje milione ljudi u domaćim i međunarodnim putovanjima svake godine. Prema UNWTO, do 2030. godine se očekuje da će doći do povećanja dolazaka i do 1.8 milijardi. Ova procjena znači da će 5 miliona ljudi svakog dana prelaziti međunarodne granice kako bi upoznali nove kulture, obogatili se novim spoznajama, doživljajima i aktivnostima, kako bi obavili posao ili u druge svrhe. Također, turistička djelatnost se smatra oblikom kulturnog kapitala koji izražava "biti moderan" za pojedince u savremenom životu, indikator koji države definiše kao moderne/razvijene i predmoderne/nerazvijene. U skladu sa podacima Panaitescu i Renea (2020), turizam predstavlja bitan sektor koji utiče na razvoj privrede države, stvaranju prihoda i radnih mjesta i za mnoge države je to najvažniji izvor prosperiteta.

Kozić-Rađenović, Čeko i Lugonja (2021), naglašavaju u svom radu važnost turizma u kojem stoji da je turizam grana privrede koja najviše koristi donosi lokalnoj zajednici i svojom sinergijom povezuje sve lance u proizvodnji i potrošnji. Kada je u pitanju razvoj države i lokalne zajednice, turizam treba staviti na pravo mjesto u strategijama, koji razvojem preduzetništva u turizmu i ulaganjem u obrazovanje kadrova za sektor turizma, može dovesti do kvalitetne osnove za daljnji razvoj ekonomije i države. Inicijatori promjena i nosioci razvoja trebaju biti preduzetnici koji će biti pokretači kako bi se skrenula pažnja državi na njihovo postajanje i prihode koje donose, čime bi država ojačala socijalno preduzetništvo koje je prisutno i kako bi se dostigao razvoj ruralnih ekonomija i ekonomija koje se bave proizvodnjom hrane. Na ovaj način bi lokalna zajednica postala

samoodrživa, nezavisna i samomostalna u svemu i obezbijedila bi sebi integritet i suverenitet.

## 2.2. Industrija turizma na globalnom nivou

Prema Gopalakrishnan *et al.* (2020), turizam je esencijalan sektor međunarodne ekonomije. Sektor turizma je činio 29% svjetskog izvoza usluga i oko 300 miliona radnih mjesta u svijetu u 2019. godini. Industrija turizma za zemlje u razvoju, ali i razvijene zemlje, predstavlja važan izvor prihoda i zaposlenja. U privrednom sektoru, industrija turizma je jedna od najbrže rastućih industrija i bitan je pokretač ekonomskog rasta i razvoja zemalja, jer je globalno glavni izvor zapošljavanja.

## 2.3. Industrija turizma u Bosni i Hercegovini

Prema podacima Mulahasanović i Arikani (2012), turizam u Bosni i Hercegovini je izuzetno važna privredna grana u koju se treba ulagati. Za destinaciju Bosne i Hercegovine je urađena SWOT analiza, koja ima za cilj da identifikuje ključne prednosti koje treba nadograditi u strategijama za plan razvoja turizma, te njene slabosti koje se trebaju adresirati i niz potencijala koje treba razmotriti, kao i prijetnje koje se svakako moraju uzeti u obzir. U nastavku je prikazana SWOT analiza za Bosnu i Hercegovinu u kojoj su istaknute snage, slabosti, prilike i prijetnje vezane za turizam:

*Tabela 1. SWOT analiza turizma u Bosni i Hercegovini*

| <b>SNAGE</b>  | <b>SLABOSTI</b>  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Broj dolazaka turista u BiH po godinama ima tendenciju povećanja</li> <li>• Bogato kulturno i historijsko nasljeđe</li> <li>• Pобољшanje kvaliteta kulturnih događaja</li> <li>• Unapređenje promocije BiH turizma</li> <li>• BiH je jedinstvena u Evropi zbog uticaja Osmanskog carstva i Austro-Ugarske monarhije</li> <li>• Izrada kulturnih tura</li> <li>• Brend vodećeg festivala u regiji, Sarajevo Film Festivala</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• U svim dijelovima turističke industrije postoji nedostatak kvalifikovanih radnika</li> <li>• Različite turističke administrativne jedinice često su u sukobu ili su zaštićene</li> <li>• Infrastruktura nije adekvatna</li> <li>• Nedostatak subvencija za razvijanje kulturnog turizma</li> <li>• Zakonodavstvo nije regulisano</li> <li>• Ne postoji adekvatna ponuda kulturnih aranžmana</li> <li>• Postojanje administrativnih barijera koje</li> </ul> |



|  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• BiH se ističe kao povoljna kulturna destinacija u Evropi</li> <li>• Prisustvo kulturnih događaja tokom čitave godine</li> </ul>   | <p>ometaju sve turističke aktivnosti</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organi nadležni za kulturni turizam su neaktivni</li> <li>• Obrazovne institucije nisu uključene u kreiranje turističke politike</li> </ul>  |
| <p><b>PRILIKE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• U posljednje vrijeme, turizam u Bosni i Hercegovini privlači sve veći interes Evropljana</li> <li>• Zemlja ima turistički imidž zbog održavanja Zimskih olimpijskih igara 1984. godine</li> <li>• Korištenje IPA fondova kako bi se kreirali programi i paketi vezani za kulturni turizam</li> <li>• Uspostavljanje Ministarstva turizma na državnom nivou i jačanje kulturnih i turističkih institucija</li> <li>• Poboljšanje infrastrukture u BiH</li> <li>• Unapređenje saradnje svih aktera u kulturnom turizmu</li> </ul> | <p><b>PRIJETNJE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ekonomska i politička nestabilnost</li> <li>• Konkurencija sa susjednim državama</li> <li>• Turistička inspekcija je neaktivna</li> <li>• Turistička politika nije usaglašena</li> <li>• BiH ima najskuplje aerodromske takse u Evropi</li> <li>• Nedovoljna promocija i neaktivnost Turističke zajednice</li> <li>• Prisustvo turističkih vodiča iz stranih država ima uticaj na kvalitet usluga i iskustvo turista</li> </ul> |

*Izvor: Mulahasanović i Arikan, 2012*

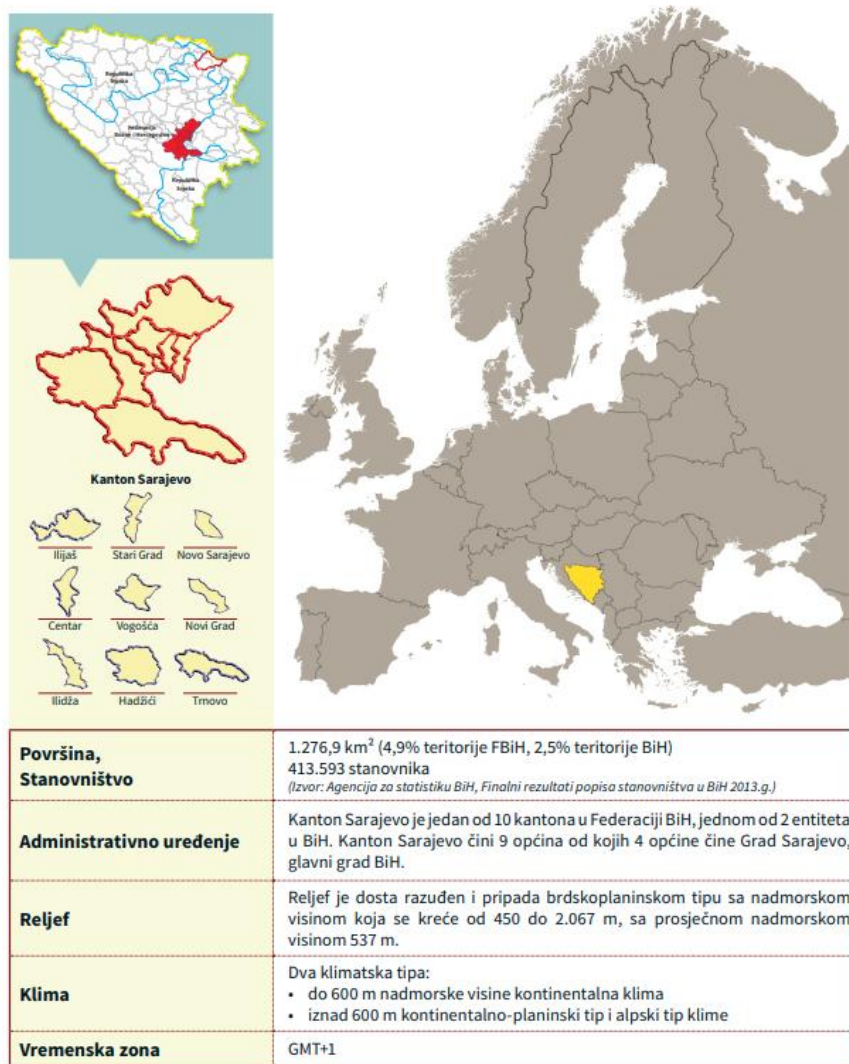
Prema Hamad *et al.* (2010), Bosnu i Hercegovinu čini pretežno brdsko-planinski reljef zbog kojeg planinski turizam predstavlja jedan od najznačajnijih formi turizma i oduvijek je imao značajno mjesto u turističkoj ponudi BiH. Najvisočiji ski centar i vodeći ski resort u Bosni i Hercegovini se nalazi na Bjelašnici, a pored Bjelašnice planinske turističke destinacije su još i Igman, Jahorina, Vlašić, Kupres i Blidinje.

## **2.4. Turizam u Kantonu Sarajevo**

Kada je riječ o turizmu u Kantonu Sarajevo, prema izvoru Vlade KS, Investirajte u Kanton Sarajevo (2021), Kanton Sarajevo se nalazi u središtu metropolitanskog područja i predstavlja dom glavnom gradu Bosne i Hercegovine - Sarajevu. Zahvaljujući svojoj geografskoj poziciji, ovaj kanton je važno sjecište koje povezuje istok i zapad (Bliski Istok - Turska - Mediteran - EU), te sjever i jug (Skandinavsko poluostrvo - Centralna Evropa - Jadransko more), a također ima pristup ruskom tržištu. Kanton se nalazi u samom centru Bosne i Hercegovine, gdje se susreću različiti kulturni, historijski i prirodni uticaji. Sve ovo dovodi do kontinuiranog i brzog rasta broja turista iz cijelog svijeta koji posjećuju Kanton Sarajevo. Turizam je jedan od najbrže rastućih sektora u Kantonu Sarajevo s velikim potencijalom za daljnji razvoj. U konačnici, Kanton Sarajevo čini 55% ukupnog broja dolazaka i noćenja u Federaciji Bosne i Hercegovine.

U Strategiji razvoja Kantona Sarajevo 2021 – 2027. (Zavod za planiranje razvoja Kantona Sarajevo, 2020), navodi se da je Kanton Sarajevo jedna od najznačajnijih turističkih destinacija u Bosni i Hercegovini. Ovom navodu doprinose prirodne i kulturno-historijske vrijednosti Kantona Sarajevo. Turistički sektor je vrlo značajan za ekonomski razvoj, ali je također uočljiv problem niskog nivoa iskorištenosti turističkih kapaciteta, nedovoljnog ulaganja u turističku infrastrukturu i samu promociju turizma, te očuvanja prirodnog i kulturnohistorijskog naslijeđa na kojem se zasniva turizam na ovom prostoru. Nažalost, turisti se nedovoljno dugo zadržavaju na području Kantona Sarajevo, zbog čega je potrebno raditi na intenzivnoj promociji turizma uz obogaćivanje turističke ponude i pratećih događaja. U Strategiji razvoja Kantona Sarajevo se navodi da je neophodno snažnije raditi na kvalitetu okoliša u Kantonu Sarajevo i na promociji prirodnih i kulturnih vrijednosti, jer je 88% domaćih turista istaklo da su prirodne atrakcije ključne u izboru turističke destinacije za odmor u Bosni i Hercegovini. Kako bi se kreirao jedinstven turistički proizvod koji podrazumijeva različite specifične vidove turizma, potrebno je posvetiti pažnju unapređenju saradnje sa susjednim regijama kako bi se iskoristio kapacitet i potencijal koji Kanton Sarajevo posjeduje.

Slika 1. Lična karta Kantona Sarajevo



Izvor: [https://vlada.ks.gov.ba/sites/default/files/investirajte\\_u\\_kanton\\_sarajevo\\_2021\\_2303\\_31\\_102417.pdf](https://vlada.ks.gov.ba/sites/default/files/investirajte_u_kanton_sarajevo_2021_2303_31_102417.pdf), 2022.

Prema podacima Vlade Kantona Sarajevo, Investirajte u Kanton Sarajevo (2021), razvoj turističkih proizvoda u Kantonu Sarajevo ima sjajne pretpostavke i otvara mogućnosti za turističke posjete tokom čitave godine, a također pruža mnoge poslovne mogućnosti. Turističke atrakcije u Kantonu Sarajevo su mnogobrojne: kulturno-historijska mjesta, kulturni događaji, prirodne atrakcije, izvrsna gastronomija i ljubazni domaćini. Svake godine sve više turista dolazi u ovaj kanton da uživa u različitim turističkim proizvodima na atraktivnim lokacijama kao što su:

- Kulturno-historijski turizam obuhvata posjete historijskom središtu Sarajeva - Baščaršiji, nekropolama stećaka u Umoljanima (Trnovo) koje su upisane na UNESCO-vu Listu svjetske kulturne baštine, nacionalne spomenike, stari zanat i ostalo kulturno-historijsko naslijeđe

- Zimski, planinski, outdoor, avanturistički, sportski, ruralni, eko turizam su idealni za ljubitelje prirode, skijanja, planinarenja, biciklizma i drugih aktivnosti u prekrasnim prirodnim krajolicima, kao što su spomenici prirode Skakavac i Vrelo Bosne, zaštićeni pejzaži Bijambare, Trebević i Bentbaša, olimpijske planine Bjelašnica i Igman te Via Dinarica - Green Line i White Line
- Lovni turizam obuhvata 7 privredno-sportskih lovišta i jedno posebno lovište "Igman-Bjelašnica"
- Zdravstveni, wellness i baleološki turizam su idealni za opuštanje i ljekovite tretmane termalnih izvora
- Manifestacioni turizam obuhvata poznate događaje poput Sarajevo Film Festivala, Jazz Festivala, MESS-a, Sarajevske zime, Bašaršijskih noći i Juventafesta - teatarskog festivala mladih
- Kongresni i poslovni turizam su također prisutni u ovom području
- Gastro turizam nudi organsku hranu, jedinstvene specijalitete domaće kuhinje, a turisti posebno ističu ćevape, burek i baklavu
- Mračni turizam obuhvata mjesta vezana za sarajevski atentat i ratni tunel
- Naučno-istraživački turizam obuhvata posjete kulturno-historijskim i prirodnim vrijednostima
- City-break je također opcija za turiste koji žele kratko putovanje u ovu regiju

Turizam je od izuzetne važnosti za Kanton Sarajevo, što se dokazuje kroz mnoga priznanja i nagrade na svjetskom nivou. Neka od tih priznanja uključuju:

- Lonely Planet Travel Guide koji je 2006. godine proglasio Sarajevo kao 43. najugodniji grad za život na svijetu, te 2009. godine svrstao Sarajevo među top 10 gradova na svijetu koje treba posjetiti
- U aprilu 2011. godine "Eurotrip" je svrstao Sarajevo, Veneciju, Amsterdam, Granadu i Berlin među pet najunikatnijih gradova Evrope
- National Geographic 2012. godine svrstao Bosnu i Hercegovinu među deset najboljih destinacija za turiste i BiH izabrao da ima najbolje staze za planinski biciklizam
- National Geographic Traveller je na svoju listu, iz 2014. godine, "Best of the World" svrstao Sarajevo među 20 destinacija koje treba posjetiti

- Business Insider je u maju 2015. godine proglasio Sarajevo kao prvu na listi nevjerovatnih turističkih destinacija koje treba istražiti
- Svjetska turistička organizacija Ujedinjenih nacija (UNWTO) u januaru 2016. godine BiH svrstala na listu država s najvišim godišnjim rastom broja turista, s godišnjom stopom rasta od 28,2%
- U Kantonu Sarajevo su održane XIV zimske olimpijske igre 1984. godine
- Sarajevo, skupa sa Istočnim Sarajevom, je bio domaćin Zimske olimpijade za mlade 2019. godine (2019 Winter EYOF)
- U 2019. godini Sarajevo je upisano na UNESCO-vu listu kreativnih gradova
- Američki CNN je u svom odabiru 20 najljepših gradova svijeta uvrstio i Sarajevo, upoređujući ga sa Venecijom, Parizom i Amsterdamom, naglašavajući njegovu bogatu kulturu i historiju

Sve ove nagrade i priznanja ukazuju na to da je turizam jedna od glavnih grana ekonomije u Kantonu Sarajevo.

Prema podacima Zavoda za planiranje razvoja Kantona Sarajevo (2020), u Akcionom planu 2020-2022. implementacije Strategije razvoja Kantona Sarajevo do 2020. godine, Kanton Sarajevo je okarakterisan kao evropska, dinamična, kreativna i kulturno raznolika regija ugodnog življenja i unosnog poslovanja. U ovom Akcionom planu je uvršten i prioritet povećanja konkurentnosti turističke destinacije Kantona Sarajevo, a u prioritete spada:

- Uspostavljanje okvira za razvoj turizma KS

Potrebna je izrada projekta da se na sveobuhvatan način utvrdi stanje turističkih atrakcija i Strategija razvoja turizma u Kantonu Sarajevo i da se naprave akcioni planovi za svaki oblik turizma uz definisanje tipskih turističkih proizvoda.

- Uspostavljanje turističkog lanca vrijednosti i sistemska promocija turističke ponude KS

Ojačati kapacitet u turizmu uvođenjem programa cjeloživotnog učenja i kontinuirane edukacije radnika u turističkom sektoru (turističkih vodiča, menadžera, agenata,..). Također je potrebno uspostavljanje podrške educiranju i informisanju lokalnog stanovništva kako bi doprinijeli razvoju turizma. Značajna bi bila izrada projekta koji bi uključio podršku festivalskim manifestacijama u Kantonu Sarajevo.

- Unaprijeđenje infrastrukture za turizam KS

Dolazak turista u Kanton Sarajevo dovodi do potreba povećanja standarda i kvalitete, kako usluga, tako i infrastrukture smještajnih jedinica i pratećih sadržaja. Tendencija ka unapređenju i razvoju dodatnih sadržaja poput zabavnih i tematskih parkova za djecu, bazena, wellness centara, ali isto tako i poboljšanje uslova za osobe sa invaliditetom.

- Valoriziracija prirodne turističko resursne osnove

Izletišta su veoma značajna turistička cjelina kojim su potrebna konstantna održavanja i uređenja. S obzirom da se u Kantonu Sarajevo nalaze Olimpijske planine Igman i Bjelašnica, bitno je ulaganje i poboljšanje ponude poput rasvjete, proširenja i uređenja skijaških staza na Bjelašnici, povećanje ugostiteljskih kapaciteta, održavanje adrenalina parka na Igmanu i slično.

- Unaprijeđenje ponude posebnih oblika turizma na području KS

S obzirom na veliki broj planinarskih domova, značajno je davanje podrške u obnovi istih, te prenamjeni napuštenih objekata kako bi dobili novu namjenu. U Kanton Sarajevo dolaze turisti koji vole adrenalinske aktivnosti, pa je potrebno pružiti podršku u izgradnji infrastrukture i opreme za špilje te adrenalinske parkove, kao i unapređenje biciklističkih staza i golf terena. Unapređenje ponude se odnosi i na promociju i razvoj vjerskog, sajamskog i kongresnog turizma, te podršku u razvoju wellness centara i banjских lječilišta.

U svom radu o Pristupu razvoja kulturnog turizma u Sarajevu (Bosna i Hercegovina), Mulahasanović i Arikan (2012), navode da je Sarajevo grad koji posjeduje unikatno kulturno-historijsko nasljeđe, i to ne samo u regionu, već i u Evropi. Zbog bogate i duge historije, naslijeđe koje se nakupilo u Sarajevu se ogleda u raznolikosti arhitekture, tradicije, sakralnim objektima četiri najveće religije; islam, katoličanstvo, pravoslavlje i judaizam, što ukazuje da glavni grad Bosne i Hercegovine ima puno potencijala za razvoj kulturnog turizma.

U skladu sa Strategijom Razvoja Turizma FBiH Federalnog Ministarstva Turizma i Okoliša iz 2008. godine, kada je riječ o razvoju kulturnog turizma, ističe se da kulturni turizam ima veoma važnu poziciju, zbog svoje atraktivnosti i konkurentnosti je ispred svih ostalih vrsta turizma. Uzimajući u obzir sve potencijale, veoma značajno mjesto u razvoju kulturnog turizma imaju općina Centar Sarajevo i Stari Grad. U Bosni i Hercegovini najviše resursa kulturnog naslijeđa je identificirano u ovim opštinama, u opštini Stari Grad postoji 289 kulturnih objekata, dok u opštini Centar ima 209 kulturnih objekata.

### **3. POSLJEDICE PANDEMIJE NA TURIZAM**

Williams (2021) je objavio, da od kada je Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) proglasila pandemiju koronavirusa u martu 2020. godine, nacionalne vlade širom svijeta počele su sa zatvaranjem manje potrebnih preduzeća i sa ograničavanjem kretanja

stanovništva. Nakon nekoliko sedmica to je imalo za rezultat da se evropska turistička industrija našla u stanju naglog zastoja i da su radnici počeli gubiti svoje prihode.

O posljedicama pandemije na turizam, Wyman (2020) je istakao da je COVID-19 dramatično promijenio naš način života, uključujući društvene interakcije, profesionalnu dinamiku i naše digitalne odnose. Također naglašava da ni sektor turizma i putovanja nisu ostala imuna na tu tranziciju i da je naizgled preko noći došlo do obustave letova i zaustavljanja međunarodnih putovanja u stotinama država širom svijeta. Kada je riječ o preduzećima, mnoga su bila prisiljena na privremeno zatvaranje, što je često imalo za posljedicu i trajno zatvaranje, a biznisi koji su ostali otvoreni djelovali su uz ograničene aktivnosti. Između ostalog, Wyman je konstatovao da se na vrhuncu krize svakodnevno gubilo milion poslova u oblasti turizma.

Shodno podacima Brouder (2020), ponašanja prilikom putovanja, a naročito promjene u donošenju odluka nakon katastrofe, ne predstavljaju novi koncept u turističkom sektoru koji je svjedočio nizu katastrofa od prirodnih katastrofa do terorističkih napada u mnogim regijama svijeta u protekle dvije decenije. Međutim, kada je riječ o pandemiji COVID-19, svaki region i sektor u svijetu su pogođeni ovom globalnom krizom.

### **3.1. Krize i vrste kriza u turizmu**

Prideaux (2009) ističe da su krize posljednjih godina pogađale turističke destinacije na svim kontinentima. Svaka kriza je jedinstvena, ali u osnovi postoje tri različita vremenska razdoblja: period prije krize, period krize i period nakon krize. Način na koji će destinacije reagovati na svako razdoblje krizne situacije varirat će ovisno o njihovoj pripremljenosti, ozbiljnosti krize i vremenskom periodu koji kriza zauzima.

Teitler-Regev *et al.* (2013) navodi da je globalna turistička industrija vrlo osjetljiva na vanjske događaje koji uključuju prirodne katastrofe, terorizam, recesiju ili bolesti. Također, Ursache (2015) ističe da zbog širokog polja djelovanja, na turizam mogu utjecati i pozitivno i negativno složen niz društvenih, ekonomskih, političkih, tehnoloških, zakonodavnih ili prirodnih događaja.

Epidemije i njihov rasprostranjeniji oblik, pandemije, smanjuju turistički promet destinacije. Snažan uticaj na turističke aktivnosti u prošlosti su imali: Španska gripa, malarija, SARS, ptičija gripa, ebola, slinavka i šapa, te pojava COVID 19 pandemije. Pri tome, pojave epidemija su često rezultat antropogenog uticaja na ekosisteme i biodiverzitet (Petersen *et al.*, 2016; Schmidt, 2016).

Shodno podacima iz istraživanja Mrkaić Ateljević i Subotić (2022), dinamičan rast sektora turizma je pojavom COVID-19 krize znatno usporen tokom 2020. godine. Koronavirus pandemija je dovela do krize u kojoj su putovanja bila svedena na putovanja unutar države stimulisana od strane nadležnih ministarstava kroz upotrebu turističkih vaučera. Kriza je donijela puno problema svim pripadnicima vezanim za turistički sektor, i na strani ponude

i na strani potražnje. Iako su primali simboličnu pomoć od strane države, vlasnici turističko-hotelskih objekata su bili suočeni sa stagniranjem prihoda i posjeta, što je dovelo do zatvaranja preduzeća i otpuštanja radnika, jer pomoć nije bila dovoljna da se umanje posljedice novonastale krize.

Kada je riječ o vrstama krize, prema informacijama Gössling, Scott i Hall (2020), sektor turizma s vremena na vrijeme prolazi kroz razne vrste kriza zbog uticaja vanjskih faktora. Krize uvijek stvaraju zastoje u turizmu a mogu se podijeliti prema obimu na regionalne i globalne i prema prirodi na ljudske ili prirodne krize. Pandemija koronavirusa je izazvala krizu koja je dovela do situacije zastoja cijelog svijeta.

### **3.2. Uticaj COVID-19 pandemije na turizam u svijetu**

Istraživanje Mrkaić Ateljević i Subotić (2022), prikazuje da je uticaj turizma na prosperitet globalne ekonomije značajan i to na način da je u 2019. godini oblast turizma imala učešće u ukupnom svjetskom BDP-u preko 10.5%. Značajan doprinos turizma se bilježi i u globalnoj zaposlenosti gdje 1 od 10 poslova pripada djelatnosti turizma. Pojava pandemije COVID-19 je postala globalni problem što je potisnulo značaj turizma i njegove ohrabrujuće podatke u globalnoj ekonomiji. Zbog koronavirusa ograničila se mobilnost ljudi jer su uvedene mjere socijalnog distanciranja i zatvaranja granica širom svijeta. U odnosu na sve ranije krize, pandemija COVID-19 je imala jači i destruktivniji uticaj na privredu. Ograničeno kretanje ljudi je dovelo do pada turističkih kretanja, što je doprinijelo padu globalnog bruto društvenog proizvoda koji je opao sa 10.5% tokom 2019. godine na 5.5% tokom 2020. godine. Drastičan pad globalne turističke tražnje od 50-75% je zabilježen u periodu od marta do sredine jula 2020. godine što je najviše ličilo na početak deglobalizacije.

Bolest COVID-19 nije zarazna poput ospica i smrtni ishod nije vjerovatan kao što je slučaj sa ebolom, ali ljudi mogu započeti s prenosom virusa nekoliko dana prije simptoma (Bai *et al.*, 2020; Rothe *et al.*, 2020). U posljednjih 40 godina svijet je iskusio niz većih epidemija/pandemija, ali nijedna nije imala slične implikacije na globalnu ekonomiju kao pandemija COVID-19.

Prije COVID-19 pandemije, putovanja i turizam bili su jedan od najvažnijih sektora svjetske ekonomije, čineći 10 posto globalnog BDP-a i više od 320 miliona radnih mjesta širom svijeta. 1950. godine, u eri razvoja avio saobraćaja, samo je 25 miliona ljudi putovalo u inostranstvo. Do 2019. godine taj broj je dostigao 1,5 milijardi ljudi, a sektor turizma porastao je do gotovo prevelikih razmjera za mnoge ekonomije (Behsudi, 2020). Turizam je jedan od najteže pogođenih sektora pandemijom COVID-19, sa neviđenim uticajem sa ekonomske i socijalne tačke gledišta. Prema Svjetskom turističkom barometru UNWTO-a (januar 2021.), dolasci međunarodnih turista su pali za 74 posto sa gotovo 1,5 milijardi dolazaka u 2019. godini, na oko 381 milion u 2020. godini, dostigavši najniži zabilježeni nivo (UNWTO, 2021).



Otkako je Svjetska zdravstvena organizacija proglasila pandemiju koronavirusa u martu 2020. godine, nacionalne vlade širom svijeta su zatvorile preduzeća koja se ne bave esencijalnim djelatnostima i ograničili su kretanje. Za samo nekoliko sedmica rezultat je bio da se europska turistička industrija naglo zaustavila, a radnici su izgubili prihode (Williams, 2021).

Svjetska turistička organizacija je objavila 2020. godine da je pandemija COVID-19 utjecala na zdravstveni, društveni i ekonomski sektor na globalnoj razini. Turizam je postao najugroženiji sektor kojeg je ova kriza pogodila zbog zatvorenih aerodroma, obustave djelatnosti u hotelijerstvu te ograničenja putovanja. Podaci Baum i Hai (2020) prikazuju da je zbog pojava koronavirusa, ugostiteljsko i turističko poslovanje u brojnim zemljama bilo praktično zatvoreno, a da su međunarodna putovanja, a u nekim državama i domaća putovanja, prestala.

Shodno podacima Breitsohl i Garroda (2016) zbog brzine širenja, pandemije mogu ostvariti veći negativan uticaj na turističku potražnju nego terorizam ili finansijska kriza. Također, Pävāluc *et al.*, (2020) navodi da bez obzira na tip krize, potrebno je pravilno upravljanje kako bi destinacijski i turistički biznisi mogli na pravi način odgovoriti i oporavite se, te naučiti lekcije kako bi poboljšali buduće planiranje i implementiranje učinkovite strategije.

Kada je riječ o svjetskom turizmu, prema podacima Boluk, Cavaliere i Higgins-Desbiolles (2019) turizam u evropskim državama čini skoro 48% ukupnog odlaska na putovanja i turističke aktivnosti na svjetskom nivou. Naslund (2016) u svom istraživanju navodi da region Evrope predstavlja glavni faktor koji doprinosi turističkoj industriji i svjetskim putovanjima.

### **3.3. Uticaj COVID-19 pandemije na turizam u Bosni i Hercegovini**

Uzimajući u obzir podatke zasnovanim na istraživanju Mrkaić Ateljević i Subotić (2022), djelatnost turizma je izrazito senzibilna i tokom pandemije je najviše ugrožena jer su zbog mjera izolacije, kako bi se suzbilo širenje koronavirusa, kretanje stanovništva je bilo onemogućeno što je utjecalo na zadovoljavanje njihovih turističkih potreba. Tokom ljetne sezone 2020. i 2021. godine mjere su bile ublažene i turizam se privremeno aktivirao najviše zahvaljujući domaćim turistima koji su imali određene pogodnosti za putovanja unutar granica Bosne i Hercegovine koristeći turističke vaučere.

COVID-19 pandemija je imala veliki uticaj na turizam u Bosni i Hercegovini što se može vidjeti i iz podataka Centralne Banke Bosne i Hercegovine vezanim za prihode iz turizma. U tabeli ispod je prikazan platni bilans za četiri kvartala 2019. i 2020. godine, te tri kvartala 2021. godine u kojem su sagledani prihodi od turizma. Prihodi od turizma su sačinjeni od dvije kategorije, a to su:

- Putovanja - direktan uticaja turizma na kretanja na tekućem računu platnog bilansa

- Prevoz - indirektan uticaj turizma na kretanja na tekućem računu platnog bilansa gdje su evidentirane usluge prevoza međunarodnog saobraćaja od strane domaćih prevoznika.

Početak pandemije koji se desio u drugom kvartalu 2020. godine, ostvario je najniže prihode od turizma (265.01 ml KM), što je smanjenje od 67.39% u odnosu na drugi kvartal 2019. godine.

Tokom 2019. godine, “prevoz” i “putovanja”. kao dvije odvojene kategorije u platnom bilansu, su činile 14.7% ukupnog izvoza i 70% ukupnih prihoda usluga. S druge strane COVID-19 pandemija je utjecala da je u 2020. godini ukupni izvoz iznosio 8.15%, a ukupni prihod od usluga 57.14% za ove dvije kategorije (Centralna Banka BiH, 2021).

*Tabela 2. Dio platnog bilansa BiH za pre i post COVID period 2019-2021., milioni KM*

| <b>Godina</b> | <b>Kvartal</b> | <b>Deficif platnog bilansa</b> | <b>Izvoz ukupno</b> | <b>Prihodi od turizma</b> |
|---------------|----------------|--------------------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>2019</b>   | Q1             | -401.17                        | 4,450.94            | 466.57                    |
|               | Q2             | -254.31                        | 5,330.07            | 812.87                    |
|               | Q3             | -2.51                          | 5,461.10            | 1,044.05                  |
|               | Q4             | -326.86                        | 4,924.94            | 574.81                    |
| <b>2020</b>   | Q1             | -249.69                        | 4,324.52            | 426.63                    |
|               | Q2             | -331.94                        | 3,719.05            | 265.01                    |
|               | Q3             | -397.86                        | 4,253.19            | 350.42                    |
|               | Q4             | -306.38                        | 4,537.15            | 331.26                    |
| <b>2021</b>   | Q1             | -136.14                        | 4,516.38            | 312.19                    |
|               | Q2             | -380.80                        | 5,208.35            | 505.61                    |
|               | Q3             | -206.54                        | 5,899.05            | 889.90                    |

*Izvor: <http://statistics.cbbh.ba>, 2021*

### **3.4. Uticaj COVID-19 pandemije na turizam u Kantonu Sarajevo**

Kanton Sarajevo, koji se nalazi u sklopu Federacije Bosne i Hercegovine, reagovao je na sličan način uvodeći mjere zabrane kretanja, zatvarajući djelatnosti i obrte koji nisu prioritetni za svakodnevni život. Također, došlo je do ograničenog kretanja stanovništva i ulaska stranaca u

Bosnu i Hercegovinu što je doprinijelo još težoj situaciji za radnike u turističkom sektoru. Koronavirus pandemija utjecala je na povećanje nezaposlenosti. Od 18.03.2020. godine, kao dana proglašenja stanja prirodne nesreće u Kantonu Sarajevo, do 15.04.2020. godine na evidenciji JU Služba za zapošljavanje prijavljeno je 2,391 nezaposleno lice. Naredbom

Federalnog štaba civilne zaštite od 17.03.2020. godine se obustavio rad ugostiteljskih objekata. Jedino je dozvoljeno pružanje usluge dostave hrane. Ministarstvo kulture i sporta Kantona Sarajevo obavijestilo je sve javne ustanove kulture na području Kantona Sarajevo da se otkazuju i odgađaju do daljeg sve manifestacije u kulturi i sportu koje podrazumijevaju okupljanja građana (Vlada Kantona Sarajevo, 2020).

Na dva mjeseca je došlo i do obustave avio saobraćaja. Vijeće ministara BiH je donijelo Odluku o privremenom zatvaranju Međunarodnog aerodroma Sarajevo za promet putnika od 30.03.2020, a 02.06.2020. godine je ponovo otvoren za civilni avio promet (Međunarodni aerodrom Sarajevo, 2020). Sve navedeno je utjecalo da oblast turizma doživi krah kao jedna od privrednih grana u Kantonu Sarajevo.

Sarajevo je posljednjih godina prepoznat kao centar u kojem se održava jedan od značajnijih filmskih festivala u ovom regionu, Sarajevo Film Festival, koji privlači turiste iz čitavog svijeta i koji je zaslužan za uspješnu promociju grada Sarajeva. Zbog pandemije u 2020. godini održan je online Sarajevo Film Festival, čime je prestala dugogodišnja tradicija okupljanja poznatih filmskih zvijezda i dolazak domaćih i stranih turista u glavni grad Bosne i Hercegovine. Međunarodni teatarski i filmski festival MESS Sarajevo se također prilagodio novonastalim okolnostima, tako što se svaki mjesec održava jedna ili više predstava u toku 2020. i 2021. godine. Pored navedenih festivala i Međunarodni Festival „Sarajevska zima“ je izmijenio svoj način djelovanja i izvodi ga pod motom „Online Family Art“.

Zahvaljujući odlukama vlasti Bosne i Hercegovine, granice naše države su ostale otvorene za sve osobe koje imaju negativan PCR test i na taj način turizam nije u potpunosti obustavljen. Posljedica ove odluke je bila uspješna zimska sezona. Uz poštivanje epidemioloških preporuka, Bjelašnica i Igman su bili mjesto susreta za mnoge skijaše i ljubitelje zimskih sportova. Važno je istaći da je Vlada Federacije Bosne i Hercegovine krajem 2020. godine usvojila Odluku o dodjeli 30 miliona maraka pomoći turističko-ugostiteljskom sektoru, koji je najteže pogođen za vrijeme pandemije koronavirusa. Razlog za optimizam i nadu što bržem oporavku turističkog sektora u Kantonu Sarajevo je usvajanje COVID-19 vodiča i smjernica Svjetskog vijeća za turizam i putovanje (WTTC) kojim je država Bosna i Hercegovina prepoznata kao #SafeTravel destinacija.

Neki autori smatraju da je jedna od posljedica pandemije rastuća potreba za shvatanjem turizma u širem globalnom ekonomskom i političkom kontekstu, a koji će definirati svijet u kojem će turizam poslovati u postpandemijskom periodu (Zenker i Kock, 2020). Ponovno pokretanje turizma izuzetno je važno za zemlje koje su ekonomski vrlo ovisne o ovoj industriji (Villace –Moliner, *et al.*, 2021).

Pandemijsku aktivnost je u junu 2021. godine pokrenula Turistička zajednica Kantona Sarajevo, Visit Sarajevo, koje je objavila poziv „Odmori u Sarajevu“, koji je imao za cilj zahvalnost prema Republici Srbiji koja je pomogla i donirala vakcine Kantonu Sarajevo. U cilju povećanja broja dolazaka turista tokom ljetne turističke sezone i oporavka turizma,

Turistička zajednica KS je pripremila program subvencioniranja usluga turističkog i ugostiteljskog smještaja putem e-koda „Praznici u Sarajevu” turistima iz Srbije. Na slici ispod se nalazi prikaz poziva koji je objavljen na stranici Turističke zajednice Kantona Sarajevo u junu 2021. godine.

*Slika 2. Poziv Visit Sarajevo (Pandemijska aktivnost)*

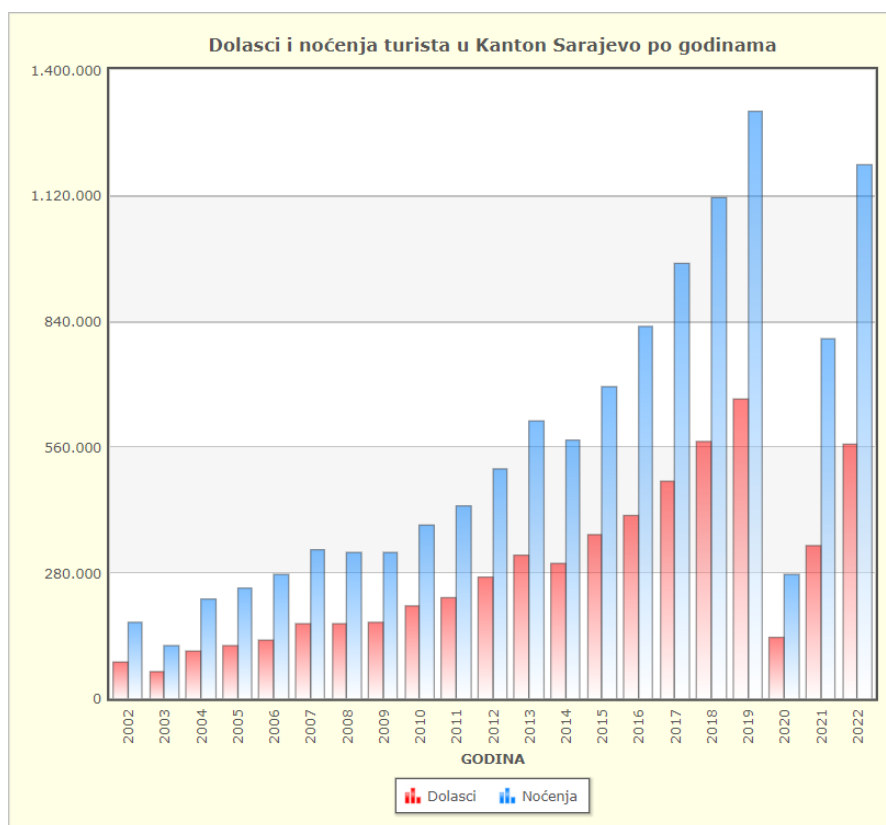


*Izvor: [www.visitsarajevo.ba](http://www.visitsarajevo.ba), 2021.*

Prema podacima iz Zavod za informatiku i statistiku Kantona Sarajevo (2022), broj dolazaka turista u Kanton Sarajevo u 2019. godini je bio 667,373, dok je ostvareno 1,308,382 noćenja. Pojavom koronavirusa u martu 2020. godine, broj dolazaka i noćenja turista se smanjio. U 2020. godini ostvareno je ukupno 136,536 dolazaka (20.46% u odnosu na isti period prethodne godine) i 275,493 noćenja (21.06%). U prva tri mjeseca 2020. godine (januar, februar i mart) je zabilježeno 50.10% od ukupnog broja dolazaka i 50.00% od ukupnog broja noćenja. U 2021. godini, procenat dolaska turista u Kanton Sarajevo se povećao za više od 148.62% u odnosu na 2020. godinu, dok je broj noćenja skočio za više od 190.78%.

Iako brojke u 2021. godini nisu približne onim u 2019. godini, može se primijetiti da se broj dolazaka i noćenja povećao u Kantonu Sarajevo u odnosu na prethodnu godinu u kojoj se prvi put pojavila pandemija. U 2021. godini zabilježeno je 339,451 dolazaka i 801,086 noćenja u Kantonu Sarajevo. U postpandemijskom periodu, u 2022. godini, ostvaren je najveći broj dolazaka i noćenja. Broj dolazaka u Kanton Sarajevo je iznosio 566,446 što je povećanje od 66.87% u odnosu na 2021. godinu, dok je zabilježeno 1,187,458 noćenja i povećanje od 48.23% u odnosu na period 2021. godine.

Grafikon 1. Dolasci i noćenja turista u Kanton Sarajevo po godinama



Izvor: Zavod za informatiku i statistiku Kantona Sarajevo, 2022.

### 3.4.1. Uticaj pandemije na nezaposlenost u Kantonu Sarajevo

Prije pojave pandemije u Kantonu Sarajevu u mjesecu februaru prema evidenciji Bilten (2020) Javne ustanove „Služba za zapošljavanje Kantona Sarajevo“ je evidentirano 58.581 nezaposlena osoba. Pojavom koronavirusa u Kantonu Sarajevu u mjesecu martu, broj nezaposlenih osoba je porastao za 0.18% (58.686 nezaposlenih osoba) i prijavljeno je novih 2.200 osoba, što je za 440 osoba, ili 25% više u odnosu na februar 2020. godine. U aprilu 2020. godine na evidenciju Javne ustanove „Služba za zapošljavanje Kantona Sarajevo“ bilo je evidentirano 63.296 nezaposlenih osoba, što je za 7.86% više u odnosu na mart 2020. godine. Tokom aprila 2020. godine na evidenciju Službe prijavljeno je novih 5.444 osoba, što je za 3.244 osobe, ili 147.45% više u odnosu na mart 2020. godine. Najveći skok broja nezaposlenih u 2020. godini je zabilježen u mjesecu maju gdje je na evidenciju Javne ustanove „Služba za zapošljavanje Kantona Sarajevo“ Sarajevo bilo je evidentirano 64.036 nezaposlenih osoba, što je za 1.17% više u odnosu na april 2020. godine.

*Tabela 3. Evidencija nezaposlenih osoba u Kantonu Sarajevo za period Februar - Juni 2020. godine*

| Godina | Mjesec  | Broj nezaposlenih osoba u Kantonu Sarajevo | Postotak povećanja/smanjenja nezaposlenosti u odnosu na prošli | Broj novih prijavljenih nezaposlenih osoba u Službi za zapošljavanje u |
|--------|---------|--|--|--|
| 2020   | Februar | 58,581                                     | Smanjenje za 0.77%   | 1,760  |
|        | Mart    | 58,686                                     | Povećanje za 0.18%   | 2,200  |
|        | April   | 63,296                                     | Povećanje za 7.86%   | 5,444  |
|        | Maj     | 64,036                                     | Povećanje za 1.17%   | 2,927  |
|        | Juni    | 63,058                                     | Smanjenje za 1.53%   | 2,553  |

*Izvor: Bilten Javne ustanove „Služba za zapošljavanje Kantona Sarajevo“, 2020*

Mrkaić Ateljević i Subotić (2022) ističu da je koronavirus pandemija izazvala krizu u svim djelatnostima, a naročito u sektoru turizma i hotelijerstva u kome je bio najveći gubitak prihoda u odnosu na prethodnu rekordnu 2019. godinu. S gubitkom prihoda došlo je i do pada broja zaposlenih u turizmu, ali i u maloprodaji s obzirom na smanjen promet ljudi i roba.

#### 3.4.2. Lockdown u Kantonu Sarajevo

U Bosni i Hercegovini prvi slučaj osobe zaražane koronavirusom je zabilježen 5.marta 2020. godine u Banjoj Luci. Kada je riječ o Kantonu Sarajevu, sve aktivnosti su se uobičajeno odvijele skoro pune dvije sedmice nakon zabilježenog prvog slučaju u gradu Banja Luci. Oficijelni početak lockdown-a u Kantonu Sarajevo je započeo 17. marta 2020. godine kada je Federalni stožer civilne zaštite izdao naredbu o privremenom zatvaranju djelatnosti poput restorana, kafića, slastičarnih, kina, muzeja, pozorišta, koncertnih dvorana, umjetničkih galerija, javnih bazena, sportskih centara i dr. Nakon samo dva dana, 19. marta 2020. godine, naredbom Federalnog stožera civilne zaštite izdata je naredba o zabrani javnog prijevoza, osim taksi vozila. Nadležni organi su pozvali sve građane da ostanu kod svojih kuća, što je dovelo da manjeg prometa automobila, dok su učenici i studenti ostajali kod kuće i nastava se počela odvijati online. Prvi slučaj zaražene osobe SARS-CoV-2 u Sarajevu je registrovan 20. marta 2020. godine, te je zbog ovog slučaja Federalni stožer civilne zaštite izdao naredbu 21. marta 2020. godine o potpunoj zabrani kretanja izvan kuće državljanima FBiH u periodu od 18:00 do 05:00 sati. Tokom marta 2020. godine, Federalni stožer civilne zaštite je donosio odluke o smanjenju i produženju zabrane kretanja građana u skladu sa broj slučajeva zaraženih koronavirusom. Tokom lockdown u Kantonu Sarajevo, promet automobila je smanjen kao i kretanje stanovništva s obzirom da je sve bilo zatvoreno osim neophodnih trgovina za kupovinu lijekova i hrane (Pašić, Bijelonja i Pašić, 2020).

### 3.4.3. Avio saobraćaj

Važnu kariku za razvoj Grada Sarajeva, a tako i Kantona i države Bosne i Hercegovine u cjelini čini Aerodrom Sarajevo. Historijski rast i razvoj u svim aspektima avijacije Aerodrom je ostvario u periodu od 2010-2020 godine. Pojavom koronavirusa u martu 2020. godine dolazi do naglih promjena u radu Aerodroma Sarajevo. Da bi se spriječilo širenje bolesti COVID19, bh ministar sigurnosti je donio Odluku da se od 30. marta 2020. godine na neodređeno vrijeme obustave svi letovi za i sa aerodroma u Bosni i Hercegovini. Svim stranim državljanima je određena zabrana ulaska u Bosnu i Hercegovinu i obavezna 14-dnevna samoizolacija (Zijadić, 2021).

Prema podacima J.P. Međunarodni aerodrom "Sarajevo" d.o.o. (2021), 2019. godina je bila najuspješnija poslovna godina u kojoj je zabilježen najbolji finansijski rezultat, rekordan broj preveznih putnika (1.143.680) i realizovanih aviooperacija (13.671). Pojavom koronavirusa u prvom kvartalu 2020. godine, avio saobraćaj je postao jedna od najteže pogođenih globalnih industrija. Pandemija virusa je rezultirala globalnom krizom prometa u cjelini i padom prihoda za sve osobe vezane za avio saobraćaj. Zbog novonastale krize, Aerodrom Sarajevo je u 2020. godini zabilježio gubitke u svim statističkim parametrima. Došlo je do smanjenja fizičkog obima saobraćaja za 57%, smanjenja putničkog prometa za 78%, a prihodi od poslovanja su se smanjili za 70% u odnosu na prethodnu 2019. godinu. J.P. Međunarodni aerodrom "Sarajevo" d.o.o. je 2020. poslovnu godinu okončao sa gubitkom u iznosu od 10.192.398 KM.

### 3.4.4. Zimska turistička sezona 2020/2021

Tokom zimske turističke sezone 2020/2021, broj dolazaka turista u Kanton Sarajevo iznosio je 56,177 turista za period od decembra 2020. do marta 2021. godine. U komparaciji sa zimskom turističkom sezonom 2019/2020 (109,819 dolazaka), ostvareno je 48% manje dolazaka u Kanton Sarajevo, što se može pogledati u tabeli ispod.

*Tabela 4. Broj dolazaka turista po godinama u Kanton Sarajevo*

| Mjesec   | Broj dolazaka turista po godinama |        |        |
|----------|-----------------------------------|--------|--------|
|          | 2019                              | 2020   | 2021   |
| Decembar | 41,420                            | 13,502 |        |
| Januar   |                                   | 32,440 | 15,203 |
| Februar  |                                   | 24,810 | 16,319 |
| Mart     |                                   | 11,149 | 11,153 |

|  |                         |
|--|-------------------------|
|  | Zimska sezona 2019/2020 |
|  | Zimska sezona 2020/2021 |

Izvor: <https://zis.ks.gov.ba/statistika>, 2022.

Iako je smanjem broj dolazaka u Kanton Sarajevo, prema podacima KJP "ZOI'84", skijaška sezona 2020/2021 se ocijenila kao najuspješnija sezona ikada, gdje je ostvareno preko 300.000 posjeta. Zabilježeno je povećanje od 63% ukupnog broja najmlađih koji su unaprijedili svoje skijaške vještine u odnosu na prethodnu zimsku sezonu. Ukupni prihod od prodaje karata je udvostručen (ZOI, 2021). Mogući razlog za uspješnu zimsku turističku sezonu 2020/2021 se krije u pozitivnom trendu rasta zahvaljujući manjim restrikcijama za ulazak u Bosnu i Hercegovinu u odnosu na druge države regiona, ali i tendenciji bh građana prema domaćem tržištu (planinama, skijalištima, odmaralištima,...).

#### 3.4.5. Kulturne i sportske manifestacije

Kulturne i sportske manifestacije imaju posebnu važnost za grad Sarajevo i Kanton Sarajevo. Postoje mnogi kulturni i sportski događaji koji se već tradicionalno održavaju i privlače svake godine sve veći broj turista. Najpoznatiji festival je Sarajevo Film Festival koji je postao jedan od najprepoznatljivijih filmskih festivala u ovom dijelu Europe koji se održava od 1994. godine. U prosjeku, Sarajevo Film Festival posjeti oko 100.000 ljudi, kojeg najvećim dijelom čine ljubitelji filma. Specifičnost ovog festivala je visokokvalitetan program, priznat je od filmskih profesionalaca, te pruža obrazovnu i networking platformu za mlade filmske autore. Također, svake godine budu predstavnici iz filmske industrije, filmski autori, te predstavnici medija iz regiona i šire (Čaušević i Čizmić, 2017).

O samom značaju festivala, urađena je jedna od analiza koja dokazuje da je zainteresovanost i zadovoljstvo inostranih turista mnogo veća za vrijeme održavanja Sarajevo film festivala. Hipoteza "Prisustvo na Sarajevo film festivalu utječe na zadovoljstvo turista turističkom destinacijom grada Sarajeva.", koja je definirana u naučnom članku "Analiza uticaja turizma događaja na zadovoljstvo turista turističkom destinacijom – primjer Sarajevo film festivala", prihvaćena je s obzirom da se sa šest tvrdnji koje se odnose na stavove o Sarajevu kao turističkoj destinaciji, a statistički su značajne, više slažu posjetioc koji su Sarajevo posjetili za vrijeme održavanja Sarajevo film festivala. Tvrdnje koje se odnose na stavove o Sarajevu su:

- Većina ljudi (koji nisu iz BiH) ima pozitivno mišljenje o Sarajevu (kao turističkoj destinaciji)
- Sarajevo je popularna turistička destinacija
- Postojanje/održavanje Sarajevo film festivala značajno poboljšava turističku ponudu Sarajeva
- Sarajevo pruža više prednosti u odnosu na slične evropske gradove
- Kada osjetim potrebu za odmorom/putovanjem u inostranstvo posjetim isključivo Sarajevo
- Sarajevo mi se sviđa više od ostalih turističkih gradova (Čaušević i Čizmić, 2017).

U izvještaju o radu i finansijskom poslovanju Javne ustanove MES – Međunarodni teatarski festival – Scena MESS za 2021. godinu se navodi da su prilagodili svoj rad i



aktivnosti novonastaloj epidemiološkoj situaciji u Kantonu Sarajevo. Tokom ovog perioda jedan dio programa se održavao u online formatu, na YouTube kanalu Festivala, u prilagođenom online programu filmovi, videa, izložbe, knjige, predstave i drugi sadržaji (Skupština Kantona Sarajevo, Izvještaj MESS, 2022).

## **4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE**

Poslije teoretskog dijela rada u kojem je bilo riječi o turizmu u Kantonu Sarajevo nastupanjem pandemije Covid-19 prema različitim autorima, naredno poglavlje će biti posvećeno istraživanju razvoja turizma u postpandemijskom periodu u Kantonu Sarajevo. Istraživanje sadrži stavove osoba iz turističkog sektora o aktuelnom stanju turizma u Kantonu Sarajevo i u kojem pravcu reagovati kako bi došlo do daljnjeg razvoja turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu. Istraživanje obuhvata problem istraživanja, ciljeve istraživanja, istraživačka pitanja, te metode prikupljanja i analize podataka.

### **4.1. Istraživački problem**

Kanton Sarajevo, kao jedna od vodećih turističkih destinacija u Bosni i Hercegovini, ima mogućnost razvoja turizma u postpandemijskom periodu slijedeći relevantne trendove koji su posljedica pandemije COVID-19. Turistička ponuda Kantona Sarajevo je raznovrsna, ali za poboljšanje turizma trebaju se mapirati aktivnosti koje će pridonijeti razvoju turizma u Kantonu Sarajevo. Problem razvoja turizma je postojanje prepreka koje otežavaju daljnje unapređenje kako bi Kanton Sarajevo bio prepoznat kao poželjna turistička destinacija. Kanton Sarajevo ima predispozicije trajanja turističke sezone tokom čitave godine, ali je potrebno stavljanje akcenta na targetovanje turista i njihovog interesovanja za određene aktivnosti. Postavlja se pitanje koje su aktivnosti potrebne za razvoj turizma u postpandemijskom periodu i koji trendovi mogu biti ključni za razvoj turističkog sektora u Kantonu Sarajevo.

### **4.2. Ciljevi istraživanja**

Ciljevi istraživanja proizilaze iz problema istraživanja:

1. Identificirati trendove relevantne za turizam u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu
2. Identificirati prepreke za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu
3. Mapirati aktivnosti neophodne za unapređenje turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu

### 4.3. Istraživačka pitanja

Istraživačka pitanja na temu „Razvoj turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu“ su:

1. Koji globalni trendovi su relevantni za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu?
2. Koji regionalni trendovi su relevantni za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu?
3. Koje su prepreke za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo?
4. Koje segmente turista treba targetirati u postpandemijskom periodu?
5. Koje aktivnosti je potrebno poduzeti kako bi se unaprijedio turizam u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu?

### 4.4. Metoda prikupljanja podataka

Podaci su prikupljeni putem dubinskih, polustrukturiranih intervjua. Uzorak je koncipiran prema modelu Triple Helix, a koji podrazumijeva analiziranje određene teme iz tri perspektive: vlada, biznis i akademija. U skladu s tim, potrebni intervjui su sa predstavnicima vlade Kantona Sarajevo i vladinih institucija nadležnih za turizam, predstavnicima turističkog sektora, te predstavnicima akademije, a koji se bave turizmom sa naučno-istraživačkog aspekta. Vodič za intervjue je baziran na osnovu literature za kvalitativna istraživanja (Brinkman, 2013).

#### 4.4.1. Vodič za intervju

Proces istraživanja se zasnovao na metodi dubinskog intervjua, gdje su se ispitanicima postavljala pitanja iz vodiča za intervju vezana za turizam u Kantonu Sarajevo. Dubinski intervju je proveden kao polustrukturirani intervju kako bi ispitanici bili potaknuti i usmjereni na razgovor na zadanu temu i kako bi odgovorili na pitanja koja su važna za istraživanje. Vodič za intervju je baziran na ciljevima istraživanja koji se nalazi u tabeli ispod.

*Tabela 5. Vodič za intervju*

| Ciljevi istraživanja                | Pitanja za intervjue  |
|-------------------------------------|---|
| Uticao COVID-19                     | 1. Kako je pandemija COVID-19 uticala na turizam u Kantonu Sarajevo i koje su glavne promjene za vrijeme pandemije primijećene u sektoru turizma? |
| Globalni trendovi za razvoj turizma | 1. Da li su neki od ključnih trendova, za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu, održivi                                   |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>turizam i digitalizacija?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. S obzirom da su nakon pandemije zdravstveni turizam i wellness turizam postali bitni trendovi, smatrate li da se pomenuti trendovi trebaju unaprijediti u Kantonu Sarajevo, kako bi privukli turiste koji traže oporavak i relaksaciju?</li> <li>3. Da li bi uvođenje ekološke takse za turiste, po uzoru na druge regionalne turističke centre, trebalo uvesti u Kanton Sarajevo kako bi očuvali i upravljali lokacijama kulturnog i prirodnog naslijeđa?</li> </ol>   |
| Regionalni trendovi za razvoj turizma                | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Turistički sektor u Kantonu Sarajevo u vremenu prije pojave COVID-19 pandemije se temeljio na lokalnoj kulturnoj baštini, historiji, tradiciji, starim zanatima, ali se zbog pojave pandemije zainteresovanost turista proširuje i na druge vidove turizma kao što su: planinarenje, biciklizam, ekološke ture u sklopu avanturističkog i zelenog turizma. Prema Vašim saznanjima, koliko su ove vrste trendova prisutne i relevantne za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo?</li> <li>2. Da li saradnja sa regijama u okruženju, uspostavljanjem zajedničkih turističkih ruta i događaja, može biti važan segment za promociju i razvoj turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu?</li> </ol> |
| Prepreke za razvoj turizma                           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koje su najveće prepreke s kojima se turistički sektor u Kantonu Sarajevo suočava u postpandemijskom periodu?</li> <li>2. Zbog nedostatka adekvatne infrastrukture, poput broja hotela, loše uspostavljenih saobraćajnih veza i turističkih informacijskih centara, kako poboljšati turističku infrastrukturu u Kantonu Sarajevo da bi se privukli novi posjetitelji i popravilo iskustvo postojećih?</li> <li>3. Koje su prepreke za razvoj određenih vrsta turizma u Kantonu Sarajevo, poput kulturnog, zelenog ili avanturističkog turizma?</li> </ol>  |
| Targetovanje turista                                 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. U postpandemijskom periodu, za koje oblike turizma je najveća zainteresovanost?</li> <li>2. Da li su bolje predispozicije za razvoj ljetnog ili zimskog turizma i koje su to kako bi turistička sezona trajala čitavu godinu?</li> </ol>   |
| Aktivnosti za unapređenje turizma u Kantonu Sarajevo | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kako bi došli do boljih rješenja u upravljanju turizmom, koji faktori su presudni u postpandemijskom periodu?</li> <li>2. Da li bi kontinuirano ispitivanje i praćenje zadovoljstva i</li> </ol>   |

|  |  |
|--|--|
|  | potreba turista u Kantonu Sarajevo doprinijelo daljnjoj promociji i razvoju turizma? |
|--|--|

*Izvor: Autor završnog rada*

#### 4.4.2. Uzorak i prikupljanje podataka

Odabran je namjerni uzorak predstavnika iz sektora turizma u Kantonu Sarajevo na način da se ne navode ime i prezime ispitanika, već da se zadrži njihova anonimnost. Svim potencijalnim ispitanicima se pristupilo sa upitom za intervju putem email-a ukoliko su zainteresovani da budu intervjuisani uživo. Istraživanje je trajalo tri mjeseca, u periodu od novembra 2023. do januara 2024. godine, a svi intervjui su snimljeni te je nakon toga izrađen transkript. Prikaz ispitanika i njihovog trenutnog opisa posla se nalazi u tabeli ispod.

*Tabela 6. Prikaz ispitanika i njihovog trenutnog opisa posla*

| Organizacija  | Ispitanik | Opis posla                         |
|---|-----------|------------------------------------|
| Hotel „Holiday“ Sarajevo                              | I1        | Predstavnik hotela                 |
| „Avy Travel“ turistička agencija                      | I2        | Predstavnik turističke agencije    |
| The „Pub“ ugostiteljski objekat                       | I3        | Predstavnik ugostiteljskog objekta |
| Udruženje zanatlija Kantona Sarajevo – „Stari zanati“ | I4        | Predstavnik zanatlija              |
| „Green Visions“ turistička agencija                   | I5        | Planinarski turistički vodič       |
| „Sarajevo Insider“ turistička agencija                | I6        | Turistički vodič                   |
| Freelancer turistički vodič                           | I7        | Turistički vodič                   |

*Izvor: Autor završnog rada*

#### 4.5. Diskusija prikupljenih podataka

Analiza podataka istraživanja je izvršena kroz šest kategorija i to: uticaj Covid-19, globalni trendovi za razvoj turizma, regionalni trendovi za razvoj turizma, prepreke za razvoj turizma, targetovanje turista i aktivnosti za unapređenje turizma u Kantonu Sarajevo. Unutar svake od kategorija je navedeno o čemu je ispitanik dao svoje mišljenje, nakon čega je dat kratki pregled analize zadate kategorije.

Prije pojave pandemije turizam je u Kantonu Sarajevo počeo da preuzima važnu granu privrede i to je razlog zašto je Kanton Sarajevo izabran za istraživanje. Međutim, pojavom COVID-19 pandemije, turizam u Kantonu Sarajevo je kao i u mnogim drugim sredinama doživio pad u svim poljima djelovanja. Razvoj turizma u postpandemijskom periodu je važno pitanje za daljnji prosperitet ove grane u Kantonu Sarajevo o čemu će biti riječi u nastavku.

##### 4.5.1. Uticaj COVID-19

Uticaj COVID-19 pandemije je negativno djelovao i tome svjedoče svi ispitanici koji su učestvovali u ovom istraživanju, gdje nijedna djelatnost vezana za turizam nije bila izostavljena.

Tabela 7. Uticaj COVID-19 pandemije

| Ispitanik | Teme kategorije                                   | Mišljenje  |
|-----------|---|--|
| II        | Problem deficitarne radne snage i slabe edukacije | <i>„Tokom pandemije COVID-19 turizam u Kantonu Sarajevo je bio obustavljen, mnogi hoteli i ugostiteljski objekti su morali zatvoriti i stopirati svoje poslovanje radi prevelikih troškova. Europe grupacija nikad nije zatvorila svoje hotele, jer smo vjerovali da ćemo otpuštanjem radnika, te u potpunosti zatvaranjem hotela kreirati veći problem, samim tim što bi morali raditi ponovo zapošljavanje, pripreme otvaranja hotela itd, što je sve jako zahtjevno kada brojite skoro 300 radnika. Iako su troškovi održavanja hotela otvorenim, iako su bili prazni, bili jako zahtjevni i teški, vjerovali smo da je ta strategija bila manje zlo. Covid-19 je poremetio kompletno tržište rada pogotovo u turizmu. Nakon pandemije pojavljuje se ogroman problem deficitarne radne snage, slabe edukacije, promjene u tržišnim segmentima gostiju. Nakon pandemije posvećujemo se više lokalnom tržištu i zemljama regije, te posjećenost susjednih zemlja raste jer se i sami okreću</i> |

|    |                                   |   |
|----|-----------------------------------|---|
|    |                                   | <i>bližim i sigurnijim destinacijama.“</i>  |
| I2 | Gubitak posla                     | <i>„Prva tri mjeseca dok je bio lockdown sve je stalo i izgubio se posao. Nije bilo ekskurzija, nije bilo ničeg i to nas je odmah poremetilo u startu. Đačke ekskurzije su bile skroz ukinute, jer se škola odvijala online, što je jedan veći gubitak i poslovanja finansijskog i oštećenja za djecu.“</i>   |
| I3 | Gubitak radnika                   | <i>„Covid-19 pandemija je uticala tako da smo izgubili radnike. Radna snaga je nestala. Ljudi su u vrijeme pandemije shvatili da mogu zarađivati na neki drugi način. Osnovni problem je nemanje radne snage.“</i>  |
| I4 | Negativno djelovanje              | <i>„Covid-19 je izuzetno negativno djelovao na zanate i uopšte na poslovanje svih dućana koji se nalaze, ne samo na Bašćaršiji, nego u cijelom Kantonu Sarajevo, a odnose se na stare zanate, pogotovo u periodu od marta 2020. godine kad su nas zatvorili. U 2020. godini u pandemiji, 3-4 mjeseca ljudi nisu imali nikakvog posla. Možemo zaključiti da je Covid-19 2020. godine poharao turistički tj. zanatski dio. Kod ljudi je bio prisutan strah, nisu se htjeli družiti ni susretati jedni s drugima.“</i>   |
| I5 | Smanjenje prometa i broja radnika | <i>„Manje je poslovanje nego što smo imali ranije, gdje je Green Visions agencija trenutno na nekih 60% prometa u odnosu na 2019. godinu. Broj osoblja i broj ljudi koji je radio sa nama se smanjio i to je najveći problem u turističkom sektoru nakon COVID-19 pandemije. 2020. godine nije bilo turizma, 2021. godine vrlo malo, sporadično. Tek su se 2022. godine neke stvari počele vraćati na neki kolosijek koji je postojao ranije. Međutim, idalje je to daleko od prijašnjeg nivoa. 2023. godina nije bila loša, bolja je nego 2022. godina što se posla tiče.“</i> |
| I6 | Bukiranje tura online             | <i>„Pandemija COVID-19 je uticala na turizam u Kantonu Sarajevo, manje-više kao i u ostalim dijelovima svijeta. Naime mi smo industrija koja radi u direktnom kontaktu sa ljudima, ali su svakako vidljive i promjene. Najveća promjena jeste da turisti sada više pribjegavaju bukiranju tura online putem servisa tj. stranica na kojima nudimo svoje usluge, odmah nakon pandemije povećan je broj bukiranih privatnih tura.“</i>  |
| I7 | Deficit                           | <i>„Svakako da je pandemija koja je u potpunosti obustavila</i>   |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | turističkih radnika i fokus na održivi turizam | <i>rad turističkog sektora u Kantonu Sarajevo u mnogome uticala na tok i razvoj istoga. Prije svega, primijetila sam da je pandemija uticala na broj ljudi koji rade u turizmu. Dosta je lokalnih vodiča našlo nove poslove, na kojima rade i dan danas, te se nisu vratili lokalnom vođenju. Danas imamo veliki deficit kad su u pitanju turistički radnici, bilo kao lokalni vodiči, pratioci putovanja ili radnika u turističkim agencijama. S druge pozitivnije strane, pandemija nam je svima ukazala na održivi turizam i nekako nas je “nadahnula” da prebacimo fokus sa standardnih historijskih razgleda grada na veći spektar – parkovi prirode, održivi turizam, kontakt sa lokalnom zajednicom, itd.“</i> |
|--|--|---|

*Izvor: Autor završnog rada*

Kratak pregled: Uticaj COVID-19 pandemije je bio značajan i prekretnica u razvoju turizma. Tokom pandemije, kada su granice bile zatvorene, turisti iz Bosne i Hercegovine su se okrenuli ka domaćem turizmu i posjeti destinacija i atrakcija koje imaju u državi Bosni i Hercegovini. Konkretno u Kantonu Sarajevo, turisti su bili zainteresovani za posjetu lokalitetima koje do tad nisu obilazili i koji su pretežno bili planine, izletišta ili vodopadi. Uzimajući u vidu prethodne odgovore ispitanika, može se zaključiti da je ključna riječ uticaja COVID-19 pandemije na sektor turizma u Kantonu Sarajevo gubitak radne snage i smanjenje poslovanja. Usljed pandemije COVID-19, mnogi turistički radnici su posao pronašli u drugim sektorima, što je dovelo do manjka radne snage. Također, poslovanje se smanjilo ili je bilo skroz obustavljeno zbog pandemije i nemogućnosti pružanja usluga poput organizovanja turističkih tura, ekskurzija, rezervacija hotelskog smještaja, zabrana rada ugostiteljskim objektima i sl. Radnika je bilo malo i potrebno je ulaganje u educiranje kadrova svih poslova vezanih za turizam.

#### 4.5.2. Globalni trendovi za razvoj turizma

Za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo, bitno je pratiti globalne trendove kako bi privukli nove posjetitelje i kako bi Kanton Sarajevo bio prepoznat kao centar koji prati globalne trendove poput digitalizacije i važnosti održivog turizma.

*Tabela 8. Globalni trendovi za razvoj turizma*

| Ispitanik | Teme kategorije              | Mišljenje  |
|-----------|------------------------------|--|
| I1        | Digitalizacija, eco-friendly | <i>„Digitalizacija postaje veliki trend i tokom same pandemije, a raste i nakon iste. Voditelji ugostiteljskih</i> |

|    |                                    |   |
|----|------------------------------------|---|
|    | hoteli i ekološke takse            | <p><i>objekata okreću se digitalizaciji da bi riješili problem sigurnosnog servisa, ali i radi manjka radne snage. Pa tako se dograđuju programi automatizirane nabavne, self-service ili online check-ina, online rezervacija svih usluga itd. Tu je također i održivi turizam koji se naglo pojavio nakon pandemije kao obavezan u praksi u turizmu. Booking.com postavlja nivo eco održivosti hotela, jer gosti sve više teže rezervirati hotele koji su eco-friendly itd., pojavlju se sve više korporativnih firmi koje zahtijevaju bar osnovne aplikacije održivosti u hotelima, kao što su reciklaže, dopunjive bočice za kozmetiku, štednja energije itd. Također, veliki trend u postpandemijskom periodu je i edukacija radne snage. Zdrastveni i wellness turizam imaju veliki turizam u Kantonu Sarajevo, te smatram da su u potpunosti neiskorišteni. Sa otvaranjem ASA klinike koja će nuditi razne usluge, vjerujemo da će se medicinski turizam početi širiti, te da će se agencije za promociju medicinskog turizma početi sve više pojavljivati. Uvođenje ekoloških taksi bi se definitivno trebalo uvesti za sve lokacije koje se mogu istrošiti ili uništiti vremenom velikom posjetom turista, ali i radi drugih razloga, minimalna ekološka taksa može biti samo pozitivna stvar, te doprijeti da nas i sami turisti vide kao ozbiljne, ekološki osviještene građane. U Hrvatskoj se uskoro uvodi ekološka taksa za turiste, iako idalje nema informacija o samom iznosu te takse, ali bi se moglo raditi o iznosu od 1-3 EUR po danu.“</i></p> |
| I2 | Prelazak na online poslovanje      | <p><i>„Jedan od ključnih trendova je prelazak na digitalizaciju. Pošto nije bilo fizičkog kontakta, prešlo se na digitalizaciju. Umjesto printanih izdanja kataloga, ponude su se nudile online putem. Od marta 2023. godine ekološke takse su se uvele u vidu prodaje vinjeta u ulazu u Mostar turističkim autobusima.“</i></p>  |
| I3 | Prelazak javnog saobraćaja na plin | <p><i>„Kada je riječ o ekologiji i uvođenju ekoloških taksi kako bi pratili trend održivog turizma, država može sad donijeti zakon gdje se kaže da kompletan javni saobraćaj mora biti na plin. Naprimjer, da taksi vozila pređu na plin, odmah bi 2,000 auta koristilo plin i na taj način bi se mislilo na ekologiju, ali država ne misli na to.“</i></p>   |
| I4 | Vrijednost                         | <p><i>„Digitalizacija – ne! Zanati trebaju ostati autentični, kako se nekad radilo i ako se uvede digitalizacija, to se onda</i></p>  |



|    |   |  |
|----|---|--|
|    | zanata  | <i>gubi. Načinom života i razvojem nauke i tehnologije, gubi se smisao zanata. Ako odemo u digitalizaciju, izgubit će se sve. Strani turisti su veoma zainteresovani za stare zanate i proizvode koje se prave ručno. Naučili su da su zanati nešto što se radi svojom rukom i što je vrijedno.“</i>   |
| I5 | Važnost digitalizacije i održivog turizma, uvođenje ekoloških taksi | <i>„Digitalizacija je jako bitna i jedan od osnovnih stvari u ovoj vrsti, pored digitalnog marketinga (gerila marketinga), što se može iskoristiti kroz društvene mreže. Digitalizacija je bitna jer dovodi do online mogućnosti plaćanja. 2017. godine je Green Visions prvi na području Kantona Sarajevo uveo mogućnost online plaćanja. Lokalne platforme također sad nude online i sve više agencija ide u tom smjeru što je sasvim normalan trend koji se možda trebao desiti i 10 godina ranije a ne sada. Jako bitan segment razvoja turizma je održivi turizam i certifikacija. Kada je riječ o održivom turizmu, uključeno je lokalno stanovništvo, lokalna zajednica, od samog početka je to bilo u Green Visions, što održivi turizam čini održivim. Sharing is caring – da lokalne zajednice imaju koristi od toga šta se dešava. Green destination – agencije koje stvarno rade na održivom turizmu trebaju imati određeni vid certifikacije, što je trend na zapadu u Evropi. U naredne dvije godine će se tražiti da lokalni partneri na destinacija kao što je Bosna i Hercegovina mora imati određenu vrstu certifikacije tj. da je održivi biznis koji prati postulate vezano za održivi turizam. Problem za razvoj je što ne postoji interes za razvoj zajednice nego više lični interes. Kada pričamo o green, održivom turizmu, jedan od trendova (agencije na zapadu s kojim Green Visions radi) vrlo im je bitan smanjenje karbona CO2, uticaja na prirodu. Agencije u Evropi, sa kojim Green Visions radi, sve više i više promovišu putovanja vozom, da se manje koriste avioni, da se manje leti unutar Europe, ako se leti da se leti van Evropskog kontinenta. Veliki broj ljudi, poput studenata, sigurno bi došao u Bosnu i Hercegovinu kad bi znali da postoji bolja povezanost vozom. Postoji interes, povećava se interesovanje turista ali je slaba povezanost i sa regijom npr. Zagreb - Sarajevo voz. Kada govorimo o ekološkim taksama, ako je poenta zaštita, slažem se da se trebaju uvesti, ali imamo li mi takvih destinacija? Sve agencije plaćaju turističku taksu,</i> |

|    |  |  |
|----|--|--|
|    |  | <p><i>koja i ne doprinosi toliko zaštiti bilo kakve vrste, već je to samo način finansiranja određene institucije. Svaki gost u smještajnim kapacitetima plaća turističku taksu, agencije plaćaju paušalno, mjesečno ili godišnje. Ekološka taksa ako bi se uvela, trebalo bi se naglasiti šta je njena prava svrha, na koji će se način taj novac iskoristiti kako bi zaštitio destinaciju. Za određene destinacije trebalo bi uvesti tu taksu da bi se zaštitilo, poput Lukomira. Danas u Lukomiru postoji više turista nego lokalaca. Postojanje kvadova, motora, ne postoji nikakva kontrola (dolazak na vidokovac, do stećaka). Taksa za takve destinacije da bi se sačuvala i da bi bile interesantne i u narednih 10ak godine treba da postoji. Treba napraviti parking, ko želi do Lukomira da parkira i da prošeta do sela. Nema reda, totalni je nered i kaos. Kroz nekoliko godina može samo da bude gore ako se neka vrsta kontrole ne uspostavi gubimo destinaciju, ona nije više što je bila.”</i></p> |
| I6 | Potencijal Kantona Sarajevo                                      | <p><i>„Možemo se složiti da jesu digitalizacija i održivi turizam jedan od ključnih trendova, ali svakako vjerujemo da bi to bilo neminovno i bez pandemije. Kanton Sarajevo je više nego pogodno tlo za još veće razvijanje zdravstvenog i wellness turizma. Potencijal smo da budemo destinacija 365 dana u godini i šteta bi bilo ne iskoristiti to. Mislimo da smo destinacija koja ne bi trebala, što se tiče turizma, "živjeti" samo ljeti. Uvođenje ekoloških taksi bi svakako pomoglo i općenito smo mišljenja da neke stvari treba da uradimo po uzoru na zemlje iz okruženja, jer zašto ne preuzeti dobru, već postojeću praksu te je samo dodatno prilagoditi našim potrebama.“</i></p>   |
| I7 | Nedostatak promocije i valorizacije destinacija Kantona Sarajevo | <p><i>“Digitalizacija i održivi turizam su definitivno jedan od ključnih trendova za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo. Promo videi, marketing strategije, reklame, pano i plakati – sve je ono što bi trebao biti ključan trend za razvoj turizma (i održivog turizma) u Kantonu Sarajevo. Apsolutno je potrebno unaprijediti zdravstveni i wellness turizam u Kantonu Sarajevo kao jedan od bitnih trendova. Nažalost, moje lično mišljenje je da se ne radi dovoljno na promociji bilo koje vrste turizma u Kantonu Sarajevo na organiziranom nivou (sve kampanje i organizacije koje se dešavaju većinom su inicijative individualaca ili privatnih turističkih agencija). Poseban naglasak danas bi se trebao</i></p>   |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | <p><i>staviti na mnoge wellness i prirodne atrakcije koje Kanton Sarajevo nudi, ali prije svega potrebno je unaprijediti sve te lokalitete i valorizirati ih. Svakako sa gore pomenutom digitalizacijom i marketingom ih staviti u fokus turističke ponude te na taj način privući veći broj ljudi. Ovakav i slični postupci bi obogatili turističku ponudu Kantona Sarajevo, povećali broj noćenja gostiju i sam broj gostiju koji bi posjetili Kanton Sarajevo. Uvođenje ekološke takse za turiste, po uzoru na druge regionalne turističke centre bi trebalo uvesti u Kanton Sarajevo jer je to jedan od načina kako se razvija održivi turizam.“</i></p> |
|--|--|--|

*Izvor: Autor završnog rada*

Kratak pregled: Mišljenje ispitanika je da je digitalizacija važan trend u razvoju turizma i da pomaže u poslovanju velikoj većini turističkih radnika. Sa druge strane, stari zanati kao jedan od temelja turizma Bašćaršije, digitalizaciju ne vide kao dobar čimbenik poslovanja jer se neki poslovi trebaju zadržati onakvim kakvi jesu i ne trebaju ići u korak sa modernim načinom poslovanja. Kanton Sarajevo bi trebao preuzeti sve ekološki prihvatljive mjere kako bi išli u korak sa globalnim trendom održivog turizma i kako bi bio prepoznat kao regija kojoj je stalo do eco-friendly hotela, korištenje prirodnog gasa umjesto naftnih derivata koji zagađuju grad i uvođenje ekoloških taksi kako bi se zaštitili značajni lokaliteti u Kantonu Sarajevo.

#### 4.5.3. Regionalni trendovi za razvoj turizma

Pojavom COVID-19 pandemije pojavili su se i drugi vidovi turizma koji lokalitet Kantona Sarajevo nudi, poput hiking tura po Olimpijskim i drugim planinama, biciklizma po obližnjim planinama i izletištim, ekoloških tura u sklopu avanturističkog i zelenog turizma. Također, važno je istaknuti regionalnu saradnju i važnost domaćeg turizma do kojeg je došlo za vrijeme pandemije kada su granice države Bosne i Hercegovine bile zatvorene i kada su se otkrile i promovisale destinacije Bosne i Hercegovine koje do tada nisu doživjele procvat.

*Tabela 9. Regionalni trendovi za razvoj turizma*

| Ispitanik | Teme kategorije                                | Mišljenje  |
|-----------|--|--|
| II        | Nedovoljna promocija zelenog turizma u Kantonu | <i>„Prema mojim saznanjima promocija avanturističkog turizma idalje nije na zavidnom nivou, te naši gosti se obično više opredjeljuju historijskim i kulturološkim turama, prije nego avanturističkim, jer smatram da sama</i> |

|    |   |  |
|----|---|--|
|    | Sarajevo, nove saradnje sa državama iz regije | <p><i>promocija grada Sarajeva kao grada pogodnog za zeleni i avanturistički turizam nije dovoljna. Saradnja sa regijama u okruženju, uspostavljanjem zajedničkih turističkih ruta i događaja, apsolutno može biti važan segment za promociju i razvoj turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu. Tek tokom same pandemije primjetili smo koliko smo zanemarivali lokalno i regionalno tržište, jer nikad do tad nismo ovisili o njima. Nakon pandemija otvara se veliki market te potencijal za novim saradnjama a sve sa ciljem uvezivanja zemalja regije Balkana za bolju promociju, bogatiju turističku ponudu i sl. Vrlo važan segment kojem smo trenutno jako posvećeni, te su naši hoteli dio raznih religijskih, turističkih i historijskih tura zemalja Hrvatske, Srbije, Crne Gore i Bosne i Hercegovine.“</i></p>   |
| I2 | Okretanje ka domaćem turizmu                  | <p><i>„Pandemija je kao glavnu promjenu na teritoriji Bosne i Hercegovine donijela što smo se svi okrenuli ka domaćem turizmu. Avy travel turistička agencija je đacke ekskurzije radile po čitavoj Bosni i Hercegovini, od Bihaća do Neuma, a za vrijeme korona pandemije, cijela država je saznala za sva ta mjesta. U Kantonu Sarajevo je došlo do velike ekspanzije destinacija poput vodopada Skakavac, Bukovik, Igman, Trebević, Umoljani, Šabići. Mnogi ljudi su krenuli sa pješačkim turama (hiking) čime je došlo do najveće promjene jer se otkrilo što sve imamo u Kantonu Sarajevo, pa nadalje po Bosni i Hercegovini. Hotel Tarčin Forest Resort je primjer wellness turizma koji promoviraju zdravstveni i wellness turizam i smatram da bi trebali imati još takvih hotela. U pandemiji je došlo do ekspanzije u biciklizmu, planinarenju, ekološkim turama, jogi, treninzima. Mnogi personalni treneri su se dosjetili da rade zdravstveni turizam i vježbe za meditaciju. Rezultat ovih trendova je ostao prisutan i mnogi su stekli navike trčanja i vježbanja. Za vrijeme pandemije je došlo do regionalne saradnje, gdje su ljudi iz regije dolazili na bh. skijališta, kao i do trendova poput vinskog puta i gastro turizma koji je bitan za Kanton Sarajevo. Ljudi koji dolaze u Međugorje, dođu obići i Sarajevo. Kada je riječ o avanturističkom turizmu, hoteli nude kvadove i bicikla, a agencije forsiraju ponude kvadova i biciklizam. Domaći turisti su zainteresovani za ovakvu ponudu, dok</i></p> |

|    |  |  |
|----|--|--|
|    |  | <i>strane turiste zanimaju stari zanati i kultura. Vjerski turizam je veoma popularan, pogotovo za vrijeme Ramazana, koji se svake godine pomjera pa je zanimljivo u različito doba godine. Stranci su zainteresovani da dožive Ramazan u Sarajevu, iftare i druženja.“</i>  |
| I3 | Loša infrastruktura i zastupljenost korupcije u državi | <i>„Osnovni problem turizma je komunikacija, nemogućnost autoputa od Bosanskog Broda do Sarajeva. Autoput imamo do Doboja, ali kada bi imali od Doboja do Sarajeva, a da prije toga država uradi reklamu u Austriji i Njemačkoj, bili bismo zatrpani Njemcima, Austrijancima, Švicarcima jer smo mi za njih najjeftinija zemlja na svijetu kada samo prikažemo cjenovnu razliku, jer je u Europi nemoguće jesti za 5 eura, što u Bosni i Hercegovini mogu. Ovakvu vrstu reklame bi trebala Turistička zajednica Kanton Sarajevo uraditi i uložiti nekoliko miliona u reklamu Kantona Sarajevo. Kada govorimo o infrastrukturi, država za 30 godina nije bila u stanju napraviti 300km autoputa iz kreditnih sredstava koja su obezbijedena, a sve zbog korupcije i nesposobnosti vlasti. Korupcija nas pojede i korupcija je kočnica razvoja Kantona Sarajevo. Da bi turizam funkcionisao, država je jako bitan faktor i država mora postaviti dobre temelje za turizam. Ulaganjem u putnu infrastrukturu (autoput, željenice), turizam bi se za 100% povećao. Kad su država i političari u pitanju, tu nema nikakve odgovornosti i kako onda da država i njen turizam napreduju. Kada bi postojao voz iz Sarajeva za Zagreb ili iz Sarajeva za Beograd, tu bi i domaći i regionalni turisti mogli doći u Sarajevo na jedan dan i na taj način proširiti regionalnu saradnju.“</i> |
| I4 | Kulturno historijski turizam                           | <i>„Strane turiste idalje više zanima kulturno historijski turizam, dok su avanturistički turizam i slični tipovi turizma još u povoju. Kulturno historijska baština svake zemlje su zanati i nešto što se veže za taj ručni rad. Imamo nekoliko zanatlija koji su ušli u knjigu UNESCO. Problem je ovdje što se želi obescijeniti ručni rad. Što se tiče regije, najveći broj kupaca je iz Srbije i Slovenaca ima puno, koji ovo cijene i njima su stari zanati zanimljivi. Turisti kada dođu na planinu Jahorinu, spuste se u grad u čaršiju i kupe proizvode. Kada je riječ o saradnji, Udruženje Starih zanata, kao krovna</i>   |

|    |  |  |
|----|--|--|
|    |  | <p><i>institucija, su bile tri godine zaredom na sajmu u Izmiru u Turskoj, gdje su nosili od svih zanatlija izložbenu robu. Ljudi su bili zainteresovani bez obzira što tu u Turskoj sve imaju, ali se razlikuju ručni rad iz Bosne i Hercegovine od onog iz Turske. Svaka saradnja košta. Najveći je problem što se svi ovi dućani prenose sa koljenja na koljeno, sa oca na sina. Da bi osoba otišla na sajam, treba zatvoriti svoju radnju, a to se njima nikako ne isplati.”</i></p>   |
| I5 | <p>Outdoor turizam i regionalno uvezivanje u ruti Via Dinarica</p> | <p><i>„Početkom pandemije stavlja se fokus na outdoor turizam. Kad je sve stalo odjednom su svi skontali da je outdoor turizam nešto što treba promovisati, pogotovo tokom lockdowna. Ideja je bila animirati domaće turiste. Ponovo su pojedinci bili na planinama ali se to ne može nazvati turizmom, već su to individualni penjači, građani koji hodaju i to nije nešto što je organizovano i što se može nazvati outdoor turizmom. Naš najveći izazov je manjak kvalitetnih ljudi, ljudi koji znaju planinu, znaju jezik i imaju volju i želju. Hiking nije samo hodati od tačke A do tačke B, već tu ima i komunikacije, priče, psihologije kako bi ljudi dobili kompletnu sliku destinacije koju posjećuju. Za obuku svakog dobrog tour vodiča treba dosta vremena, od godinu do dvije godine, da bi neko imao dovoljno iskustva. Period obuke traje od mjesec do dva mjeseca, a pravo iskustvo se stiče tek na terenu sa gostima. Tour vodiči avanturističkog turizma moraju imati drugačije vještine i drugačija vrsta znanja je potrebna za razliku od vodiča gradskih tura. Razvoj outdoor turizma u Bosni i Hercegovini je krenuo od nekoliko entuzijasta koji su htjeli da rade ono što vole (rafteri, bike organizacije, hiking) i još uvijek su pioniri outdoor turizma ali imaju potencijal. Određenim stvarima definitivno možemo parirati, a to je kvalitet usluge, što je možda i najbitniji faktor. Kada je riječ o regionalnoj saradnji, niko ne može ništa sam. Lokalno uvezivanje je „must“. Regionalno uvezivanje je „must“. Dobar primjer regionalnog uvezivanja je Via Dinarica. Ideja je bila kako uvezati sve planinarske staze u jednu priču. Međugranična saradnja između dvije zemlje, Bosne i Hercegovine i Crne Gore - Nacionalni Park Sutjeska i Nacionalni Park Durmitor napravili su jednu</i></p> |

|    |   |   |
|----|---|---|
|    |   | <p><i>rutu Via Dinarice. Via Dinarica je živ proizvod, brand gdje ljudi ne vide samo Bosnu i Hercegovinu kao Bosnu i Hercegovinu (opasna destinacija, rat, mine) nego da je Bosna i Hercegovina - hiking, outdoor zajednice, gdje Via Dinarica prolazi kroz Bosnu i Hercegovinu, ali u isto vrijeme veže Sloveniju, Hrvatsku, Bosnu i Hercegovinu, Crnu Goru, Albaniju. Regionalno uvezivanje agencija koje su krenule u tu priču pojedinaca i organizacija je dovela do toga da je Via Dinarica 2017. godine od strane National Geographic proglašena za top 20 svjetskih destinacija koje treba posjetiti. 2018. i 2019. godine nikad više nije bilo individualnih stranih penjača (uticaj članka National Geographic iz 2017. godine) koji su dolazili najviše zbog takve vrste promocije. Već imamo formiran brand koji treba iskoristiti da svako na svom dijelu staze doprinese razvoju. Turizam ne poznaje granice i to je ključ da svi shvate. Političarima je to teže za shvatiti jer oni to gledaju u svojim okvirima. Svi turistički radnici imaju zajedničku misiju, da rade ono što vole i da svoju destinaciju naprave poželjnom, interesatnom, da se predstavi na najbolji mogući način. Poenta turizma je promovisati i raditi od svog rada. Turiste zanima destinacija koju žele posjetiti a ne granice kantona, entiteta i slično. Još uvijek ne postoji državna turistička zajednica, već postoji entitetska, kantonalna.“</i></p> |
| I6 | Zainteresovanost za avanturistički turizam i saradnja sa drugim | <p><i>„Mi kao agencija ne radimo direktno sa turistima ovu vrstu turizma (avanturistički turizam), ali uz pomoć kolega iz takvih vrsta agencija, da i zaista imamo dosta upita za iste. Mišljenja smo da se treba poboljšati taj vid turizma pogotovo biciklizam. Imamo potencijal, zaista smo puni prirodnih ljepota u Kantonu Sarajevo, koje trebamo iskoristiti, a neke i oživjeti ponovo, jer potražnja raste. Saradnja sa regijama u okruženju postoji, mada kao što smo već rekli, uvijek može bolje. Trebamo se uvezati jer jedni bez drugih ne možemo. Turisti svakako ne dolaze u Bosnu i Hercegovinu samo zbog jednog ili drugog Kantona. Trebamo iskoristiti to što dolaze u našu državu i dobrim konekcijama i udruženim snagama i turama što više zadržati na našem prostoru.“</i></p>   |
| I7 | Uspostavljanje kvalitetne                                       | <p><i>„Trendovi poput planinarenja, biciklizma i avanturističkog turizma, po mojim saznanjima, su</i></p>   |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <p>infrastrukture, unapređenje ponude za avanturistički turizam i regionalna saradnja</p> | <p><i>trenutno prisutni većinom sa domaćim turistima iz drugih dijelova Bosne i Hercegovine i eventualno regiona. Još uvijek nisam primijetila da su se ovi trendovi proširili na turiste koji u Sarajevo dolaze iz Evrope, Amerike ili Australije. Ovaj profil turista danas i putuje u potrazi za prirodom, skrivenim dijelovima svakog grada koji posjećuju i aktivnim odmorom. Nažalost, u Kantonu Sarajevo se danas niti jedna turistička agencija ne bavi izdavanjem kvalitetne biciklističke opreme, niti postoje adekvatne biciklističke rute prema izletištima oko grada Sarajeva. Povezanost gradskog prevoza sa naseljima i planinama je također jako oskudna, tako da je za strane goste jako teško čak i da sami organiziraju dan u prirodi – biciklizam, planinarenje ili tome slično. Ukoliko bi se radilo više na unaprijeđenju ove infrastrukture i pravi marketing, sigurna sam da bi mnogi turisti bili zainteresirani za isti. Apsolutno saradnja sa regijama iz okruženja može biti važan segment za promociju i razvoj turizma u Kantonu Sarajevo. Većina organiziranih turističkih grupa koje posjećuju Sarajevo su na putovanjima od 10/15/17 dana kroz regiju – Slovenija, Hrvatska, Crna Gora, Srbija. Veća saradnja sa ovim zemljama, uspostavljanje kvalitetne infrastrukture kao i turističkih odmarališta na tom putu bi umnogome povećali broj gostiju koji dolaze.”</i></p> |
|--|---|---|

*Izvor: Autor završnog rada*

Kratak pregled: Za avanturistički i zeleni turizam, postoji zainteresovanost, ali ne u tolikoj mjeri koliko je stranim turistima zanimljivo spoznati o kulturno historijskoj baštini Kantona Sarajevo. Iako u Kantonu Sarajevo postoji veliki broj planina, izletišta, parkova, šuma i netaknute prirode u kojoj svi mogu uživati i naći svoj vid avanture, relaksacije i uživanja, većinom su domaći turisti individualci zainteresovani za avanturistički turizam u vidu biciklizma i planinarenja. Pandemija je zaslužna što su otkrivena neka mjesta koja do sada nisu bila popularna i mnogi domaći turisti su otkrili ljepote ne samo što Kanton Sarajevo pruža, već i čitava država Bosna i Hercegovina. Regionalna saradnja sa susjednim zemljama je bitna kako bi jedni drugima pomogli da skupa rastemo i da se razvijamo, ali loša infrastruktura onemogućava dolazak većeg broja turista iz susjednih država.



#### 4.5.4. Prepreke za razvoj turizma

Na putu razvoja turizma u Kantonu Sarajevo postoje prepreke koje usporavaju proces rasta i razvoja turizma koje je teško rješavati kao individualac ali koje je država i organizacije vezane za turizam mogu poboljšati. Nedostatak adekvatne infrastrukture, avio konekcije, broj hotela i loše uspostavljene saobraćajne veze samo su neke od prepreka sa kojim se susreće Kanton Sarajevo i na kojim se mora raditi kako bi se turizam povećao.

Tabela 10. Prepreke za razvoj turizma

| Ispitanik | Teme kategorije   | Mišljenje   |
|-----------|---|---|
| II        | Deficitarna radna snaga, manjak edukacije, loša saobraćajna povezanost države | <p><i>“Najveće prepreke s kojim se turistički sektor u Kantonu Sarajevo susreće su deficitarna radna snaga, te manjak edukacije. Smatram da bi uvezivanje sa internacionalnim ugostiteljskim školama, te specijalistama iz te sfere, jako pomoglo našim školama, te poboljšalo sami brend koji turističke škole imaju, ali i podiglo standarde edukacije, obogatilo curriculume itd. Manjak radne snage je problem na državom nivou, te se može riješiti jedino detaljnom posvećivanju problema, podizanju standarda rada, uslova rada, podrške mladima te omogućavanjem polu-radnih vremena, podrške porodiljskog, podrške porodicama sa malom djecom te balansa između posla i privatnog života – bolje HR prakse koje susjedne zemlje već imaju, a pogotovo Slovenije i Austrija, ali i Hrvatska, koja je nedavno uvela poluradna vremena, te radna vremena koja bi odgovarala studentima. Smatram da otvaranje novih hotelskih kapaciteta ne bi toliko doprinjelo poboljšanju turizma kao što bi sama dostupnost zemlje – da je naš grad lako pristupačan drugim zemljama, što je trenutno najveći problem, radi manjka uvezanih letova, vozova itd. Većina hotela je tokom 5-6 mjeseci van sezone prazno ili sa slabom popunjenosti, te je to pokazatelj da investiranje u nove ugostiteljske objekte ovog tipa ne bi bilo prijeko potrebno, kao razvijanje aviolinija, promocija našeg aerodroma kao pristupačnog, investiranje u druge infrastrukture kao što su putevi, vozovi, bus shuttles itd. Povezivanje naše zemlje sa susjednim zemljama bi bilo ključno kroz dostupnost vozova. Naprimjer iz Beča postoji preko 20 direktnih vozni linija, prema gradovima susjednih zemalja kao što su Njemačka, Mađarska,</i></p> |

|    |   |   |
|----|---|---|
|    |   | <p>Švicarska, Češka, Slovačka, Italija, Slovenija, Hrvatska, a po niskim cijenama koje se kreću od 15-60 EUR u prosjeku. Treba uzeti u obzir da dosta mladih i turista ne mogu priuštiti skupe avio karte, te se zbog toga okreću jeftinijim prijevoznim opcijama. Pogotovo treba uzeti u obzir CO2 emisije koje proizvodi avio industrija, dok prirodno, domaće željeznice proizvedu duplo ili troduplo manje zagađenja. Prepreke za razvoj zelenog ili avanturističkog turizma mogu biti da je to idalje neistražen i nov trend u našoj zemlji.“</p>  |
| I2 | Nedostatak ulaganja u marketing i promociju   | <p>„U Kantonu Sarajevo turistička sezona traje 12 mjeseci, gdje postoji zimski turizam na našim olimpijskim planinama, a tokom ljetnih mjeseci imamo dešavanja poput Sarajevo Film Festivala. Prepreka ka još uspješnijem poslovanju u turizmu u Kantonu Sarajevo je nedostatak promocije i ulaganja u marketing koji su presudni faktori kako bismo privukli nove turiste.“</p>  |
| I3 | Siva ekonomija, loš standard stanovništva, loša infrastruktura, edukacija radne snage | <p>„Turizam u Kantonu Sarajevo se svodi na relaciju Bašćaršija - Ilidža. U opštini Novo Sarajevo i Novi Grad nema turizma, jer se sve svelo na dio od Bašćaršije do Marijin Dvora i na Ilidžu. Nažalost, Bjelašnica nema turizma. U Kanton Sarajevo više dolaze turisti sa Jahorine nego sa Bjelašnice jer su na Bjelašnici napravljeni apartmani, a hotela nemamo, što znači da čim nemamo hotela nemamo ni turista koji donose novac. Turisti su na Jahorini, te Sarajevo ima veću korist od Jahorine nego od Bjelašnice. Ugostiteljstvo je u opasnom vakumu, prostoru, šta se dešava? Država ne rješava sivu ekonomiju, štaviše sažaljeva te ljude. Mi u ugostiteljstvu sada imamo 10 kafića koji rade, od kojih dva ili tri rade legalno, a sedam ih radi nelegalno. Ljudi ne kucaju račune što dovodi do neloyalne konkurencije. Ljudi koji vode ovu državu nemaju doticaj sa realnim sektorom. Naši političari da su iole bili u realnom sektoru oni bi znali kako to funkcioniše. Mi radimo iz obrta šta zaradimo za ovaj mjesec tu i obrnemo. Narod generalno nema para za ugostiteljstvo, jer je ugostiteljstvo strašno skupo. Nabavna cijena pića u Austriji i Njemačkoj je ista kao i u Sarajevu. Market je jeftiniji u Austriji i Njemačkoj nego u Sarajevu. U opštini Novo Sarajevo ljudi ne mogu raditi 24 sata. Tipa Fast Food. Postoje ljudi koji rade noćne smjene poput</p> |

|    |   |   |
|----|---|---|
|    |   | <p>vatrogasaca, policajaca, pekara gdje bi organizacijski pomoglo postojanje fast fooda koji radi 24h. S druge strane tu je turizam, jer kako mi da pravimo turizam ako nemamo objekte koji rade navečer. Fast food nosi turizam, da ljudi imaju gdje da jedu, to je osnovno. Ljudi u opštini kasne, jer bi opština trebala biti motor pogon razvijanja opštine. Danas je problem radna snaga i edukacija radne snage. Mi imamo ugostiteljsku školu koja godišnje proizvede 70 učenika, a 80% te djece koja završi tu školu idu van države. Onaj ko želi da bude konobar, ko se educira, on to svjesno radi da ode vani a ne da radi ovdje. Jednostavno mi imamo loš standard, nemamo para. Država je ključna za razvoj svega, ali država ne dozvoljava da se uvuče radna snaga, već su napravili agenciju na državnom nivou da traže posao ljudima na zapadu.“</p>       |
| I4 | Nedostatak škola za stare zanate  | <p>„Velika prepreka za poslove starih zanata je bilo nedostatak škole u kojoj bi se edukovali učenici. Sada imamo u školi metalskih zanimanja neki smjer koji bi se mogao uklopiti u ove poslove, dok je najveći broj mladih zainteresovan da ide u frizersku školu koja izradi brice tj. barbere koji spadaju u stare zanate. Nažalost u Bosni i Hercegovini postoji samo jedan četkar i problem je što stari zanati nisu adekvatno zaštićeni i priznati. Bosna i Hercegovina je bila poznata po tekstilnoj industriji i krojačkom zanatu, ali se sve raspalo poslije rata i svi ljudi, uglavnom žene, su ostale bez posla. Velika je zainteresovanost mladih ljudi da idu u tekstilnu školu na smjer dizajner koji postoji u toj školi. Fijakeristi na Ilidži su posebna atrakcija grada, ali nisu dovoljno tretirani, te bi to trebalo izdići na jedan veći nivo.“</p> |
| I5 | Nepostojanje vizije i strategije, loša infrastruktura, ad hoc pristup razvoju | <p>„Nepostojanje strategije razvoja i politika su najveće prepreke u razvoju turizma. Turistička Zajednica Kantona Sarajevo ne radi ono što bi trebala da radi. Zemlje u okruženju rade super marketing, a Bosna i Hercegovina bi mogla još više ali je kočice neke druge stvari koje stopiraju taj razvoj. Ljudi se baziraju na manja područja. Bjelašnica, kao Olimpijska planina, ne može funkcionisati bez Jahorine i Jahorina bez Bjelašnice, Trebevića i Igmana, jer je to sve dio jedne priče, a problem su različite agende Turističke Zajednice Kantona Sarajevo i</p>   |

|    |   |   |
|----|---|---|
|    |   | <p><i>Turističke Organizacije Republike Srpske. Trebamo stvarati nove priče, a ne se bazirati na Olimpijske igre prije 40 godina što su bile. Sarajevski aerodrom ima najsiromašniji broj destinacija letova koje ima u cijelom regionu. Unutar Europe, niko više ne želi kad putuje gubiti vrijeme mijenjajući letove, žele ići direktno na destinaciju. Velike agencije ne rade sa niskobudžetnim avio kompanijama, jer ne mogu rezervirati letove 6 mjeseci unaprijed. Dobar dio Green Visions tura sa partnerskim agencijama počinje u regijama tj. da turisti dođu na aerodrome u regionalne centre tipa Dubrovnik, pogotovo u ljetnom periodu ima veliki broj letove, gdje iz Velike Britanije postoje letovi iz Londona, Manchestera, Birminghama i Leedsa. Infrastruktura naše zemlje je posebna priča, gdje se kod nas ljudi baziraju na turizam kakav se dešava u Hrvatskoj. Mass turizam u Hrvatskoj je neprimjenjiv u Bosni i Hercegovini, a ljudi ne vide da to nije isto jer oni smatraju da to može da bude primijenjivo ovdje, međutim Bosna i Hercegovina nema ni smještajne kapacitete, ni ceste nisu kao u Hrvatskoj, ni povezanost između destinacija. Long term i održivost pada u vodu ako dovedemo previše ljudi na malu destinaciju kakva je Lukomir jer ne može trpiti toliku količinu gostiju i zato mi radimo sa grupama do 15ak ljudi. U Bosni i Hercegovini ne postoji vizija kako se treba nešto razviti i institucije koje se bave turizmom nemaju strategiju razvoja jer je sve ad hoc, jedna stvar ne prati drugu. Na razvijenim destinacijama se dešava da razvoj smještaja mora pratiti razvoj infrastrukture, cesta, druge neke ponude. Razvoj destinacije je dugoročan posao.“</i></p> |
| I6 | <p>Poboljšati marketing, nedostatak turističkog info pulta i nedovoljna informisanost o avanturističkom turizmu</p> | <p><i>„Jedna od većih prepreka je svakako vratiti turizam u punom kapacitetu kao i prije pandemije. Možemo reći da se to polako i dešava te krajem ove sezone možemo vidjeti i povratak turista azijskog porijekla što nas veseli, jer kada se oni vrate u punom kapacitetu možemo reći i da se turizam u potpunosti vratio. Uglavnom, kod nas još uvijek predstavlja jedan od problema, a koji se posebno primjeti poslije pandemije jeste da gosti ne mogu svugdje platiti karticom, na što su navikli u većini drugih zemalja, mada to i nije veliki problem. Trebamo se više otvarati prema tržištima te raditi više na boljem marketingu. Prije svega,</i></p>   |

|    |   |   |
|----|---|---|
|    |   | <p><i>barem što se tiče lokalne zajednice moramo stvoriti pogodnije uslove za naše zanatlije, male biznise, a malo se odmaći od turskih proizvoda te smanjiti otvaranje takvih prodavnica. Naravno, osjeti se nedostatak turističkog info pulta, jer dosta puta ljudi tražeći isto dolaze kod nas u agenciju tražeći info pult/centar. Naravno, mi smo tu da im damo sve potrebne informacije, ali mislimo da nam nedostaje jedan takav u Sarajevu, ako ništa na Bašaršiji gdje bi čak i učenici Srednje turističke škole mogli izvoditi praksu i "raditi" uz monitoring kolega iz Turističke Zajednice Kantona Sarajevo. Prepreke za razvoj avanturističkog ili zelenog turizma su sigurno nedovoljna informiranost o istim, potrebna su ulaganja i bolji marketing te oglašavanje kako bi što bolje prezentirali ove vrste turizma.“</i></p>  |
| I7 | <p>Zakon o turizmu i politička neangažovanost turističkog sektora, edukacija vodiča</p> | <p><i>„Najveće prepreke koje ja mogu da primijetim jesu zakon i politička neangažovanost turističkog sektora u unaprijeđenje turističke ponude, infrastrukture, valorizacije već postojećih lokaliteta. Sve je prepušteno u ruke individualaca i privatnih turističkih agencija. Posebno nakon pandemije, koja nam je pokazala koliko grad i država zavise od turizma, gdje bi se trebalo više pažnje posvetiti razvoju turizma. Zakon o turizmu je neodrživ i nudi više problema nego rješenja za sve sudionike u turizmu u Kantonu Sarajevo. Lokalni vodiči koji vrijedno rade svake sezone nemaju licence za turističkog vodiča, obzirom da bi uspostavljanje iste značilo više gubitka nego dobitka za te pojedince. Kako bi poboljšali turističku infrastrukturu u Kantonu Sarajevo, potrebno je obezbijediti parking za buseve u blizini centra Sarajeva gdje bi se autobusi mogli nesmetano parkirati i omogućiti turistima siguran izlaz iz istih. Edukacija postojećih turističkih vodiča i svih ljudi uključenih u turistički sektor. Unaprijeđenje turističke ponude Kantona Sarajevo. Uspostaviti redovne gradske linije prema našim planinama, naseljima koji vode do glavnih izletišta. Uspostavljanje biciklističkih ruta prema istim lokalitetima. Unaprijeđenje gradskog prijevoza – postavljanje znakova na engleskom jeziku, natpisa na stanicama kako i gdje kupiti karte za gradski prevoz.“</i></p> |

*Izvor: Autor završnog rada*

Kratak pregled: Prepreke za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo su prevashodno loša infrastruktura, gubitak i edukacija radne snage, nepostojanje vizije i strategije djelovanja, nedostatak promocije i marketinga, loša saobraćajna povezanost te nedostatak turističkog info pulta. Jedan od ključnih segmenata koji su doprinijeli ovim preprekama je i sama država koja ne čini mnogo kako bi se sve prethodno navedene stvari popravile i kako bi Kanton Sarajevo, a samim tim i država Bosna i Hercegovina, bio prepoznat na svjetskoj karti kao destinacija koja pruža mnogo i do koje je lako i brzo doći.

#### 4.5.5. Targetovanje turista

Kanton Sarajevo zbog svoje široke ponude tokom čitave godine ima priliku da targetuje razne profile turista, one koji su tu u ljetnom periodu i one koji su zainteresovani za zimsku sezonu. Također, postoji veliki broj oblika turizma u Kantonu Sarajevo, poput urbanog, kongresnog, planinskog, zdravstvenog, vjerskog, eko, avanturističkog ili tranzitnog turizma. Stoga, mnogi turisti koji dođu u Kanton Sarajevo mogu pronaći za sebe ono što ih interesuje da vide i dožive.

*Tabela 11. Targetovanje turista*

| Ispitanik | Teme kategorije   | Mišljenje  |
|-----------|---|--|
| II        | Potencijal zimskog turizma, uvezanost sa susjednim zemljama | <i>„Idalje je najveća zainteresiranost historijski i kulturni turizam. Usko ga prate i sportski, kongresni, a rekla bih i vjerski turizam u pojedinim dijelovima Bosne i Hercegovine. Smatram da su predizpocije čak i jače za razvoj zimskog turizma radi samog bogatstva planina koje imamo. Nažalost, zimski turizam idalje nije toliko razvijen koliko bismo željeli, te se to najviše osjeti u mjesecima januar i februar gdje ja naša popunjenost hotela jako niska. Smatram da je potrebna veća uvezanost sa susjednim zemljama i tokom zimskog perioda, više paketa i zimskih tura. Pogotovo jer je Sarajevo olimpijski grad, kojeg bi svi trebali željeti posjetiti. Tokom ljeta naš grad vrvi od turista jer je i sama ponuda odlična, od različitih filmskih festivala, do festivala fotografije i umjetnosti, do gastro iskustava, koncerata itd. Svakako vjerujem da mnogi prepoznaju potencijal zimskog turizma, te samim tim očekujemo da će ova zima biti uspješna, te puno više posjećena radi festivala kao što su Sarajevo Winter Food Festival, različite zimske aktivnosti na našim planinama</i> |

|    |   |  |
|----|---|--|
|    |   | <i>koje će biti organizovane od strane Turističke Zajednice Kantona Sarajevo te Grada Sarajeva, ali i 40ta godišnjica ZOI 84 koja će ove godine biti obilježena tokom dvije intezivne i bogate sedmice u februaru, dvije sedmice pune dešavanja – za koje se nadamo da će privući mnoge! Jedan od nedostataka zbog čega naš grad odbija mnoge tokom zimskog perioda je i veliki problem zagađenosti zraka, sa kojim se borimo godinama, te smatram da bi se ekološke takse kao destimulacije za korištenje starijih NON-ECO auta trebale uvesti, i biti rigorozne, kao i kazne za bilo koje sagorijevanje neprimjerenih supstanci/stvari.“</i>   |
| I2 | Trajanje sezone tokom čitave godine u Kantonu Sarajevo  | <i>„Svih 12 mjeseci u Kantonu Sarajevo može trajati turizam. Kanton Sarajevo ulaže i u agencije i djecu koja žive na teritoriji Kantona Sarajevo. Cijelu godinu imamo dešavanja u Sarajevu, poput koncerata, raznih festivala, seminara, sajмова i sportskih dešavanja. Zimski turizam je jači ako ima snijega. Kanton Sarajevo finansira osnovne škole da se djeca nauče i plivati i skijati, odlazak u školu u prirodu i ekskurzije koje se odvijaju unutra Kantona Sarajevo kako bi se učenici upoznali sa ljepotama svog kraja.“</i>   |
| I3 | Baziranje turizma na jeftinoj hrani i piću, targetovanje turista koji dolaze iz zemalja Islamskog svijeta | <i>„Mi bismo svoj turizam mogli razvijati zato što smo jeftini. Kada su hrana i piće jeftini, može se razvijati turizam. Bjelašnica je uništena kao planina, dok Jahorina nije. Kapacitet Bjelašnice je možda 200 kreveta u hotelu Maršal koji ne radi. Kako ćemo raditi bez hotela? A zona na svijetu svugdje su hoteli, a ne privatni apartmani, jer hoteli donese novac. Zimski turizam je nemoguć kad je u pitanju Kanton Sarajevo i Federalni dio, dok su u Republici Srpskoj napravili pametnu priču. Kanton Sarajevo ima više koristi od turista koji dolaze na Ravnu planinu na Palama i na Jahorinu koji su u Republici Srpskoj. Ljetni turizam može funkcionisati, ali samo malo država treba da uloži u infrastrukturu. Također kada bi se naši ambasadori, naprimjer u Islamskom svijetu (Indonezija, Filipini, Malezija), posvetili marketingu i promociji naše države u tim zemljama, mi bismo bili zatrpani turistima iz navedenih zemalja, jer turizam postoji da napravimo pare.“</i> |
| I4 | Kulturno-historijski  | <i>„Turisti su izuzetno zainteresovani za stare zanate, za proizvode koji se prave ručno. Turisti dođu na Jahorinu pa</i>  |

|    |  |  |
|----|--|--|
|    | turizam, top sezona je u ljetnom periodu   | <i>se spuste u grad i čaršiju i kupe proizvode, dok su od Bjelašnice napravili cirkus. Turiste idalje više zanima kulturno-historijski oblik turizma za razliku od avanturističkog. Top sezona u Kantonu Sarajevo je u ljetnom periodu, od kraja marta pa sve do kraja oktobra. Zatišje postoji od januara do marta, što se zaista osjeti u svakom pogledu, i novčano i ljudski nema toliko broj frekvencija ljudi. Ljetni period se ne može ni blizu porediti sa zimskim periodom, jer mi nismo zimski centar kako bi možda željeli i voljeli biti. Jedini period u kojem se u gradu Sarajevo mogu vidjeti turisti u zimskom periodu je period od Božića do iza Nove Godine.“</i>                               |
| I5 | Gostima je highlight što nema puno turista na bh planinama, potencijal outdoor turizma je slabo iskorišten | <i>„Jedan od highlights naše ponude je upravo to što nema nikoga na planinama, za razliku od drugih planina npr. Alpe, Pirineji, Dolomiti, gdje je veliki broj posjetitelja. Gosti kažu da je jedna od ljepših stvari to što nema gužve i da je rijetkost da imamo grupe turista na planinama tipa Maglić, gdje se možda sretne jedna osoba. Što se tiče zainteresovanosti, zavisi kakva je ciljna grupa, jer neki ljudi traže gradove, kulture, ali potencijal planinskog, hiking i outdoor turizma je ogroman a vrlo malo iskorišten. Planina je samo viđena za zimski turizam, međutim razvoj Green Visions outdoor turizma se uglavnom zasnivao na ljetnoj ponudi i sezona traje od 5 do 5 ipo mjeseci.“</i> |
| I6 | Najveće interesovanje za avanturistički turizam i predispozicije za razvoj zimskog turizma                 | <i>„Najviše interesovanja imamo za avanturistički turizam, individualni turizam te više je ljudi koji žele da dožive neku vrstu experience-a. Mi u Kantonu Sarajevo ne bi smjeli da se fokusiramo samo na jedan period, jer ako ćemo biti iskreni, ne postoji turistička destinacija koja nema predispozicije za veći razvoj ljetnog turizma, a mi ne smijemo zanemariti naše predispozicije, da isto jako dobro možemo ponuditi i zimski turizam. Rekli bi da malu prednost imamo više prostora da se gradi zimski turizam jer nije dovoljno iskorišten.“</i>   |
| I7 | Zanimanje turista za lokalnu kulturu, potencijal zimskog   | <i>„Teško je odgovoriti na pitanje za koje oblike turizma je najveća zainteresovanost obzirom da Kanton Sarajevo ne nudi paletu turističkih ponuda koja bi se mogla predstaviti gostima da bi uopšte bili zainteresirani. Lično radim sa Amerikancima i Australijancima i uvijek se zanimaju za prirodu i dodir sa autentičnom lokalnom kulturom,</i>  |



|  |         |   |
|--|---------|---|
|  | turizma | <i>mjestima gdje sjede lokalni ljudi, sa što manje turista, prirodu, šetnju, piknik, biciklizam itd. Svakako da trenutno razvoj ljetnog turizma ima puno bolje predispozicije obzirom na našu infrastrukturu. Ukoliko bi se poradilo na tome, zimski turizam može biti jednako interesantan. Turisti iz regiona i Evrope i danas posjećuju naše planine u toku zime, što zbog nešto jeftinijih cijena, što zbog ljepota i grada i planina, međutim infrastruktura i nepovezanost sa istima umnogome otežava.“</i> |
|--|---------|---|

*Izvor: Autor završnog rada*

Kratak pregled: Zimski i ljetni turizam postoje u Kantonu Sarajevo, ali je zimski turizam slabo iskorišten a ima veliki potencijal da se unaprijedi. Većina turista koji dođu su zainteresovani za kulturno-historijski oblik turizma, ali također i vjerski turizam i avanturistički turizam. Turizam u Kantonu Sarajevo se može razvijati da bude čitavu godinu jer ima odličnu ponudu, ali i jeftinu hranu i piće, planine koje su blizu i raznovrstan sadržaj poput festivala, seminara i događaja koji privlače turiste da ostanu duže i da dođu ponovo u Kanton Sarajevo.

#### 4.5.6. Aktivnosti za unapređenje turizma u Kantonu Sarajevo

Za razvoj i unapređenje turizma u Kantonu Sarajevo potrebno je preduzeti određene aktivnosti kako bi se postigli rezultati koji će pomoći da Kanton Sarajevo bude prepoznat kao poželjna turistička destinacija koja mnogo nudi i u koju se svi rado vraćaju. O kontinuiranom ispitivanju, praćenju zadovoljstva, presudnim faktorima te potrebama turista, ispitanici su dali svoje mišljenje kako bi se postigla promocija i razvoj turizma Kantona Sarajevo.

*Tabela 12. Aktivnosti za unapređenje turizma u Kantonu Sarajevo*

| Ispitanik | Teme kategorije   | Mišljenje  |
|-----------|---|--|
| II        | Uvezivanje sa važnim organima države, postojanje strategije i spremnost za investiranje | <i>„Aktivnost i ujedinenost su jako bitni faktori u pronalasku rješenja u upravljanju turizmom. Također, tu je i uvezivanje sa ostalim važnim organima, kao i bitnim organima drugih zemalja, od kojih možemo naučiti jako puno. Naravno, bez samih podataka i statistike nema ni zaključaka, a samim tim ni prijedloga unaprijeđenja ili rješenja problema. Smatram da bi se dosta više istraživanja moglo voditi, jer jako puno informacija nedostaje, koje bi i naši mladi studenti mogli iskoristiti kao bazu za njihova daljnja</i> |

|    |   |  |
|----|---|--|
|    |   | <i>istraživanja za razne projekte u planu. Svakako da bez tačne strategije i spremnosti za investiranja, sva ta ispitivanja nemaju značaj.“</i>  |
| I2 | Ulaganje u marketing i promociju                      | <i>„Presudni faktor je reklama koja ide u svijet, ulaganje u marketing i promociju Kantona Sarajevo. Postojanje balkan tura, vjerskog turizma, raznih događaja su jedni od faktora koje privlače turiste i koji su bitni faktori kako bi Kanton Sarajevo bio poželjna turistička destinacija.“</i>   |
| I3 | Nebriga države za ugostiteljstvo                      | <i>„Država nas uništava, ona koja ima pare i koja je jako bitan faktor da bi i turizam funkcionisao. Međutim, država na sve načine sabotira samu sebe, dolazi do odlaska ljudi i do manjka para. Ugostitelji prave više para državi, nego država sebi, dok plaćamo više poreza nego što plaćaju u Njemačkoj. U Njemačkoj se plaćaju svi računi kako plaćaju i građani, a ugostitelji u Bosni i Hercegovini plaćaju sve tri puta skuplje jer se to zove industrijska voda, industrijska struja, industrijski plin. Država je po uzoru na europske države donijela PDV, ali nisu skinuli te poreze tj. da se sve tri puta skuplje plaća nego što plaćaju građani. Zbog konflikta sa državom, ugostitelji se boje inspekcije i ugostiteljstvo ostaje u opasnom vakumu.“</i> |
| I4 | Edukacija mladih ljudi                                | <i>„Jedan od faktora je da ostanemo prepoznatljivi u onome što radimo i da podržimo edukaciju mladih ljudi da se bave ovim poslom kako se ne bi svelo da ovakvu robu kupujemo u tržnim centrima. Nažalost, općina i drugi organi nemaju sluha da pomognu zanatlijama.“</i>   |
| I5 | Nedostatak strategije                                 | <i>„Ključna riječ je nedostatak strategije. Ne postoji vizija kako se treba turizam razvijati.“</i>  |
| I6 | Kontinuirano ispitivanje zadovoljstva potreba turista | <i>„Faktori koji su presudni u postpandemijskom periodu su sigurnost putnika, uvođenje novih tehnologija u poslovanju. Svakako bi kontinuirano ispitivanje i praćenje zadovoljstva i potreba turista u Kantonu Sarajevo doprinijelo daljnjoj promociji i razvoju turizma, to bez daljnog. Zaista da bi napravili dobru promociju i napravili pomak u razvoju zaista je važno da se kontinuirano ispituje zadovoljstvo potrebe turista, kako bi mogli pravovremeno reagovati i prilagoditi se promjenama, te uvesti neke od inovacija.“</i>   |
| I7 | Faktori   | <i>„Kako sam i prethodno spomenula, da bi se došlo do boljih</i>   |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | presudni za unapređenje turističke ponude Kantona Sarajevo | <i>rješenja u upravljanju turizmom, faktori koji su presudni u postpandemijskom periodu su da je potrebno educirati turističke vodiče, obezbijediti parking za buseve u blizini centra Sarajeva, unaprijeđenje turističke ponude Kantona Sarajevo i gradskog prevoza uz postavljanje znakova na engleskom jeziku, uspostaviti redovne gradske linije prema našim planinama i glavnim izletištim, uspostavljanje biciklističkih ruta prema istim lokalitetima.“</i> |
|--|--|--|

*Izvor: Autor završnog rada*

Kratak pregled: Faktori bitni za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo su ulaganje u marketing i promociju destinacije. S druge strane, država ne pomaže ljudima u turističkom sektoru kako bi se ovaj sektor još više razvijao. Postojanjem strategije i vizije razvoja, te praćenje zadovoljstva turista doprinijelo bi da se turizam poboljša.

#### **4.6. Nalazi istraživanja**

Ovaj magistarski rad je imao za cilj da objedini istraživanje u kojem će pripadnici turističkog sektora, među kojima su predstavnici agencija, predstavnici hotela, turistički vodiči, ugostitelji i predstavnici starih zanata, dati svoje viđenje trenutne situacije u turizmu u Kantonu Sarajevo i o čemu povesti računa kako bi se turistički sektor unaprijedio. Nalazi istraživanja na temu razvoj turizma Kantona Sarajevo u postpandemijskom periodu pokazuju da turizam u Kantonu Sarajevo ima perspektivu za daljnji razvoj, ali da postoje mnogi faktori koji su prepreka bržem razvoju ovog sektora. Istraživanje je pokazalo da je ogroman deficit radne snage u sektoru turizma, da su mnoge osobe napustile turistički sektor zbog pandemije i pronašle nove poslove. Također je važno napomenuti da je potrebna edukacija radne snage koja će nakon završene edukacije ostati u Bosni i Hercegovini i započeti rad u turističkom sektoru kako bi doprinijeli daljnjem razvoju. Mnogi hoteli, restorani, kafići i drugi ugostiteljski objekti su u nedostatku radne snage, ali također i turističke agencije koje nude svoje usluge, idalje imaju problem što nema edukovanih turističkih vodiča. Ulaganje u edukaciju radne snage je neophodna aktivnost koja će doprinijeti kako razvoju turizma, tako i ekonomskom rastu Kantona Sarajevo i države Bosne i Hercegovine. Ispitanici su istaknuli važnost digitalizacije i koje benefite prelazak na digitalizaciju, kao jedan od trendova, donosi sektoru turizma, ali i da neki poslovi poput starih zanata, nisu za prelazak na digitalizaciju zbog autohtonosti posla koju nose sa sobom. Održivi turizam je trend u turizmu kojeg mnogi prate i koji postaje važna karika u ponudi destinacije. S tim u vezi, Kanton Sarajevo je prepoznat kao regija koja svoj razvoj treba orijentisati na održivost, ali zbog niza prepreka dug je put u kreiranju održivog turizma. Uvođenje ekoloških taksi je za većinu ispitanika trend koji treba uvesti u Kantonu Sarajevo, ali je potrebno naglasiti pravu svrhu i na koji način će novac od taksi biti uloženi da se sačuva destinacija. Istaknuto je da je bitan segment u održivom turizmu i

smanjenje karbona CO<sub>2</sub>, a investiranje u željeznički saobraćaj, jer putovanje vozom ne zagađuje okoliš poput drugih prevoznih sredstava (avion, automobil), ima veliki trend na zapadu i razvijanjem ove vrste saobraćaja Kanton Sarajevo bi mogao privući veći broj turista. Za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo je bitno da postoji strategija koja će biti osnov kako bi se ulaganjem u edukaciju kadrova u turističkom sektoru, infrastrukturu, marketing i promociju omogućilo i napredovanje ekonomije države Bosne i Hercegovine. Nedostatak strategije i vizije onemogućava daljnji napredak u sektoru turizma. Također, ispitanici su konstatovali da promocija Kantona Sarajevo ima značajnu ulogu u privlačenju što većeg broja turista koji nisu upoznati šta Kanton Sarajevo nudi i koliko je široka ponuda ove destinacije. Pored promocije, važno je konstantno ispitivanje zadovoljstva potreba turista koji posjećuju Kanton Sarajevo kako bi se mogli izvući zaključci šta to turistima nedostaje i koje inovacije je potrebno uvesti kako bi unaprijedili turistički sektor u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu.

1. Istraživačko pitanje 1.: Koji globalni trendovi su relevantni za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu?

Za uspješan razvoj turizma u postpandemijskom periodu, potrebno je pratiti globalne trendove. Kako bi bili u korak sa vremenom, važno je uvesti digitalizaciju u poslovanje i omogućiti turistima da putem internet platformi obezbijede sebi smještaj, prevoz, plaćanje i da na taj način osiguramo prednost u razvijanju destinacije Kantona Sarajevo. Osim digitalizacije, globalni trend je i održivi turizam. Geografski gledano, Kanton Sarajevo ima ogroman broj prirodnih ljepota poput izvora rijeka, planina, izletišta, vodopada, parkova i sličnih atrakcija koje je potrebno očuvati. Green destination kao pojam je trend na zapadu Europe i trebamo težiti ka razvoju turizma u tom smjeru i prihvatanju trendova koji se mogu prilagoditi razvoju turizma u Kantonu Sarajevo. Uvođenje eko taksi je jedan od trendova održivog turizma koji pomaže da se cijene kulturno-historijske i prirodne atrakcije destinacije kako bi se sačuvale i za druge turiste i buduće generacije koje tu budu dolazile. Većina ispitanika smatra da je to dobar trend, ali da se naglasi njena prava svrha i na koji način će se novac od taksi uložiti kako bi se sačuvala destinacija.

2. Istraživačko pitanje 2.: Koji regionalni trendovi su relevantni za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu?

Saradnja sa državama iz regije i uvezivanje kako bi Kanton Sarajevo imao korist od turista koji dođu na druge destinacije je bitan trend u razvijanju turizma, jer zajedno sa drugim zajednicama se može postići puno više. Osim toga, avanturistički turizam ima potencijal u Kantonu Sarajevo koji bi se trebao iskoristiti i privući da turisti koji običu kulturno-historijske znamenitosti, budu zainteresovani posjetiti i planine i doživjeti avanturu tokom planinarenja ili biciklizma. Iako veliki broj turista nije zainteresovan za ovaj oblik turizma, Kanton Sarajevo bi ulaganjem u ponudu i promociju ove vrste turizma mogao u budućnosti privući značajan broj turista.

### 3. Istraživačko pitanje 3.: Koje su prepreke za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo?

Država Bosna i Hercegovina je jedna od glavnih prepreka ka razvoju turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu. Loša je organizacija na svim nivoima upravljanja koja utiče na sve ostale segmente razvoja. Infrastruktura u državi nije dobra, poput saobraćaja koji uključuje avio linije, vozni saobraćaj, loše drumske puteve, nepostajanje autoputa kroz čitavu državu. Loša infrastruktura ne dozvoljava bolju povezanost sa regijom i sa turistima iz svih dijelova svijeta, gdje zbog nepostojanja dobrih avio veza mnogi turisti odustanu od posjete Bosni i Hercegovini.

### 4. Istraživačko pitanje 4.: Koje segmente turista treba targetirati u postpandemijskom periodu?

Za razvoj turizma je potrebno strateški targetovati turiste sa ponudom kojom Kanton Sarajevo ima i sa potencijalnim destinacijama za koje bi turisti bili zainteresovani. Outdoor turizam kao posebna vrsta turizma koja privlači avanturiste i ljude željne da se spoje sa netaknutom prirodom, a da pri tome nikog neće sresti, je jedan od segmenata turista koje vrijedi targetovati. S obzirom da zimska sezona ima potencijal da bude skoro jednako dobra kao i ljetna, potrebno je ulaganje na skijališta na Olimpijskim planinama, te veći broj manifestacija koje će privući ljude koji uživaju u zimskom periodu. S druge strane, Bosna i Hercegovina ima niži standard i niže cijene u odnosu na druge države Europe, pogotovo kada su hrana i piće u pitanju, čime se mogu privući turisti zainteresovani za gastro turizam. Također, razvojem vjerskog turizma, moguće je targetovati ljude koji žele da saznaju i obiđu vjerske objekte islamske, katoličke, pravoslavne i jevrejske vjeroispovijesti koji se u Sarajevu nalaze u nekoliko metara.

### 5. Istraživačko pitanje 5.: Koje aktivnosti je potrebno poduzeti kako bi se unaprijedio turizam u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu?

Unapređenje turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu ovisi o kontinuiranom ispitivanju zadovoljstva potreba turista, ulaganjem u marketing i promociju Kantona Sarajevo, te uvezivanjem sa regionalnim centrima i uvezivanjem sa važnim organima vlasti. Od posebne važnosti je praćenje trendova, izrada strategije i vizije u kojem pravcu se turizam u Kantonu Sarajevo treba razvijati u postpandemijskom periodu. U oblasti turizma, potrebno je uspostaviti program formalnog obrazovanja koji će educirati nove generacije učenika da se bave poslovima vezanim za turizam i da praksom steknu iskustvo koje će biti značajno u razvoju turizma u Kantonu Sarajevo. Zbog nedostatka informacija, trebalo bi se voditi više istraživanja u polju turizma kako bi se došlo do zaključaka koji bi unaprijedili čitav sistem vezan za turizam. Da bi se privukao veći broj turista, značajno bi bilo podržati promociju i razvoj sportskog, kongresnog, vjerskog i sajamskog turizma koji zauzimaju sve veći značaj u ponudi destinacije.

#### **4.7. Ograničenja istraživanja**

Za ovo istraživanje su predstavnici turističkog sektora u Kantonu Sarajevo glavni izvor informacija kako bi se odgovorilo na zadatu temu, međutim određeni turistički predstavnici nisu mogli učestvovati u ovom istraživanju zbog njima poznatih razloga. Uticaj COVID-19 pandemije je nova tema koja je iznenada doživjela veliki prostor u mnogim istraživanjima, ali uticaj pandemije na turistički sektor u Kantonu Sarajevo je poprilično neistražen dio zbog ograničenog broja ispitanika koji mogu odgovoriti sa valjanim podacima na ovu temu.

#### **4.8. Preporuke**

Razvoj turizma u Kantonu Sarajevo ima prostor za rast, što se temelji na bogatoj kulturno-historijskoj ponudi kao i prirodnim bogatstvima. Grad Sarajevo kao glavno sjecište istoka i zapada i u svijetu poznat kao mjesto kojeg nazivamo „Sarajevo meeting of cultures“, treba iskoristiti za promociju i razvoj brenda kako bismo privukli zainteresovane turiste. Istraživanje na ovu temu se može proširiti na veći broj segmenata značajnih za razvoj turizma, kao i uključivanje većeg broja ispitanika koji su zainteresovani prenijeti svoje znanje i iskustvo u razvoju turizma kako bi Kanton Sarajevo u postpandemijskom periodu postao važna destinacija koja će privući turiste. Prijedlog mjera za unapređenje i razvoj turizma je i promovisanje prirodnih i kulturno-historijskih potencijala, ali i bolje povezivanje svih aktera organa vlasti za boljom organizacijom i poticajima, te boljim upravljanjem u sektoru turizma. U Kantonu Sarajevo se održavaju mnogobrojni festivali i manifestacije u oblasti turizma koje treba podržati na način da se kreira strateški i efikasan sistem podrške koji će se sastojati od izrade godišnjeg plana i kalendara događaja festivala i manifestacija koje se planiraju realizovati. Na razvoj turizma ima uticaj i definisanje turističkih zona Kantona Sarajevo, a izradom plana upravljanja turističkim zonama cilj bi bio smanjenje gužvi, zastoja u saobraćaju i zagađenja zraka. Pored toga, u turističkim zonama je važno razvijanje turističkih sadržaja i planiranje izgradnje objekata za ugostiteljsko-turističku namjenu. Turistička signalizacija u Kantonu Sarajevo postoji, ali je preporuka za postavljanjem još dodatnih znakova za pružanje turističkih informacija, znakova za obavijest i usmjeravanje prema historijskim, prirodnim i kulturnim znamenitostima. Turistički informativni centar otvoren je na Baščaršiji, ali za unapređenje turističkog doživljaja turista koji dolaze u Kanton Sarajevo i za cjelokupni razvoj turizma na području čitavog Kantona Sarajevo nije dovoljan samo jedan pult. Turistički informativni centar bi trebalo otvoriti i na drugim lokacijama u Kantonu Sarajevo u kojem se može susresti veći broj turista kao što je Međunarodni aerodrom Sarajevo, Opština Centar i Ilidža.

## 5. ZAKLJUČAK

U ovom magistarskom radu, glavni fokus je bio odgovoriti kako razviti i unaprijediti turizam u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu. Cilj istraživanja ove teme je bio identifikovati trendove i prepreke, te mogućnost mapiranja aktivnosti koje će pomoći u boljem razvoju turizma. Kada je riječ o ostalim ciljevima, pregledom litererature se očituje uticaj COVID-19 pandemije na turizam kako u svijetu, tako i u Bosni i Hercegovini i Kantonu Sarajevo, te svim ključnim tačkama koje je pogodila ova kriza i kako razvijati turizam u postpandemijskom periodu. Kvalitativno istraživanje je pomoglo da se utvrdi koji su to ključni negativni aspekti pandemije koji su utjecali na turizam u Kantonu Sarajevo i na šta se treba bazirati kako bi došlo do razvoja turizma. Prilikom izrade ove teze, ostvarena je saradnja sa predstavnicima iz turističkog sektora Kantona Sarajevo, koji su pružili relevantne informacije i saznanja kako bi ovo istraživanje istaknulo potencijal razvoja turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu. Pandemija COVID-19 je imala izniman uticaj u razvoju turizma, jer su se domaći turisti zbog ograničenosti putovanja u druge zemlje okrenuli domaćem turizmu, što je rezultiralo otkrivanjem novih destinacija koje se nalaze u Bosni i Hercegovini, a koji do tada nisu bile posjećene. Kanton Sarajevo obiluje prirodnim bogatstvima kao što su planine, izletišta, vodopadi, rijeke, parkovi i druga zaštićena prirodna područja koja su došla do izražaja i u postpandemijskom periodu. COVID-19 pandemija je negativno uticala na sektor turizma, a to se ogleda u gubitku radne snage u turističkom sektoru i smanjenju poslovanja. Turistički radnici su pronašli nove poslove u drugim sektorima, jer je poslovanje u sektoru turizma bilo smanjeno ili obustavljeno i radnici nisu imali mogućnost pružanja usluga. Zbog smanjenja radnika zaposlenih u turističkom sektoru, potrebno je ulaganje u edukaciju novih osoba koje će raditi u sektoru turizma. Organizacija turističkih tura, ekskurzija i izleta je stala sa radom kao i zabrana rada ugostiteljskih objekata zbog poštivanja mjera koje su donesene usljed proglašenja pandemije COVID-19. Cilj istraživanja je bio identifikovati trendove gdje je digitalizacija, prema mišljenju ispitanika, bitan trend u razvoju turizma. Digitalizacija značajno pomaže u sektoru turizma i omogućava turističkim radnicima lakšu komunikaciju i poslovanje. Kada je riječ o starim zanatima, predstavnik je istakao da digitalizacija ne bi pozitivno djelovala na stare zanate. Stari zanati trebaju zadržati svoju izvornost zbog mogućnosti da turisti dožive način na koji se proizvode ponuđeni artikli u čemu se razlikuju od ostalih poslova. Pored digitalizacije, održivi turizam je globalni trend i Kanton Sarajevo bi trebao preduzeti sve ekološki prihvatljive mjere poput korištenja prirodnog gasa i uvođenja ekoloških taksi sa namjenskim korištenjem sredstava, kako bi značajni lokaliteti bili zaštićeni. Zainteresovanost za avanturistički i zeleni turizam postoji većinom kod domaćih turista individualaca koji vole planinarenje i biciklizam. Sa druge strane, strani turisti su više zainteresovani za kulturno-historijsku baštinu Kantona Sarajevo. Važnu kariku u razvoju turizma predstavlja i saradnja sa zemljama regije. Negativan uticaj u razvoju turizma u Kantonu Sarajevo su loša infrastruktura (nepovezanost države autoputem sa susjednim zemljama, loš željeznički saobraćaj, slaba ponuda avio linija prema ostatku svijeta), nedostatak više turističkih informacionih centara

i edukacije radne snage u turističkom sektoru. Prepreke za razvoj čine i nedostatak promocije Kantona Sarajevo i nepostojanje strategije i vizije djelovanja u sektoru turizma, pri čemu je država Bosna i Hercegovina jedan od glavnih krivaca zbog postojanja mnogobrojnih prepreka koje je bitno riješiti kako bi Kanton Sarajevo privukao turiste koji bi lako i brzo mogli doći i posjetiti sve lokacije koje ova destinacija nudi. Strane turiste zanimaju i vjerski, gastro, zdravstveni, sportski, planinski i eko turizam što pruža mogućnost da turizam u Kantonu Sarajevo traje čitavu godinu. Kanton Sarajevo ima raznovrsnu ponudu u vidu festivala, seminara, sajмова, jeftine hrane i pića, planina, izletišta što treba promovisati i pratiti zadovoljstvo turista ponudom kako bi se turizam još više razvijao i poboljšao. Ulaganje u marketing je ključni aspekt u razvoju turizma Kantona Sarajevo u postpandemijskom periodu da se predstavi kao poželjna destinacija koja pruža mnogo i koja spremno dočekuje turiste iz cijelog svijeta.



## REFERENCE

1. Ateljević, A.M. i Subotić, S., (2022). *Efekti turizma na ekonomiju Bosne i Hercegovine - pre i post COVID 19 analiza.*
2. Bai, Y., Yao, L., Wei, T., Tian, F., Jin, D.-Y., Chen, L., i Wang, M. (2020). Presumed asymptomatic carrier transmission of COVID-19. *JAMA*, 323(14), 1406. <https://doi.org/10.1001/jama.2020.2565>
3. Baum, T. i Hai, N.T.T., (2020). Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(7), pp.2397-2407.
4. Behsudi, A. (2020). *Tourism-dependent economies are among those harmed the most by the piemic.* Dostupno na: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fid/2020/12/impact-of-the-piemic-on-tourismbehsudi.htm> (pristupljeno: 24.05.2021.)
5. Boluk, K.A., Cavaliere, C.T. i Higgins-Desbiolles, F., (2019). A critical framework for interrogating the United Nations Sustainable Development Goals 2030 Agenda in tourism. *Journal of Sustainable Tourism.*
6. Breitsohl, J. i Garrod, B., (2016). Assessing tourists' cognitive, emotional i behavioural reactions to an unethical destination incident. *Tourism management*, 54, pp.209-220.
7. Brinkman, S. (2013). *Qualitative interviewing: Understing qualitative research.* Oxford University Press.
8. Brouder, P. (2020). Reset redux: Possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*, 22(3), pp.484-490.
9. Centralna banka BiH (2021). *Dio platnog bilansa BiH za pre i post COVID period 2019-2021., milioni KM.* Dostupno na: <http://statistics.cbbh.ba/> (pristupljeno: 17.09.2023.)
10. Čaušević, A. i Čizmić, E. (2017). Analiza utjecaja turizma događaja na zadovoljstvo turista turističkom destinacijom – primjer Sarajevo Film Festivala. *Pregled*, 58(1).
11. Federalno ministarstvo okolišta i turizma (2021). *Bosna i Hercegovina dobila oznaku #SafeTravel.* Dostupno na: <https://www.fmoit.gov.ba/bs/novosti/vijesti/bosna-ihercegovina-dobila-oznaku-safetravel> (pristupljeno: 15.04.2021.)

12. Gopalakrishnan, B., Peters, R. i Vanzetti, D., (2020). *Covid-19 i tourism*.
13. Gössling, S., Scott, D. i Hall, C.M., (2020). Piemics, tourism i global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of sustainable tourism*, 29(1), pp.1-20.
14. Hamad, M., Smajić, E., Mujkić, A., Bečić, A., Šabotić, A., Yurt, C. i Duman, T., (2010). A Competitive Analysis Of Ski Resorts In Bosnia and Herzegovina Using Differential Advantage Proforma. *In Proceedings of 2nd International Symposium on Sustainable Development* (pp. 422-428).
15. Javna ustanova "Služba za zapošljavanje Kantona Sarajevo" (2020). *Bilten Javne ustanove „Služba za zapošljavanje Kantona Sarajevo“*. Dostupno na: <https://szks.ba/bilteni/> (pristupljeno: 22.02.2022.)
16. KJP ZOI '84 (2021). *Kraj skijaške sezone na Ski centru Bjelašnica i Igman*. Dostupno na: <https://zoi84.ba/uncategorized-bs/kraj-skijaske-sezone-na-ski-centru-bjelasnica-i-igman/> (pristupljeno: 05.11.2022.)
17. Kozić-Radenović, B., Čeko, M. i Lugonja, A., (2021). *Turizam i privredni razvoj BiH u „Covid-19 svijetu“* (pp. 207).
18. Lepp, A., i Gibson, H. (2003). Tourist roles, perceived risk i international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606–624.
19. Međunarodni aerodrom Sarajevo (2020). *Međunarodni aerodrom Sarajevo od danas, 02.06.2020. ponovo je otvoren za civilni zračni promet*. Dostupno na: <https://www.sarajevoairport.ba/List/Saopstenja/Read/1626/Me%C4%91unardni%20aerodrom%20Sarajevo%20od%20danas,%2002062020%20ponovo%20je%20otvoren%20za%20civilni%20zra%C4%8Dni%20promet> (pristupljeno: 15.04.2021.)
20. Međunarodni aerodrom Sarajevo (2020). *Međunarodni aerodrom Sarajevo privremeno se zatvara za putnički promet od ponedjeljka, 30.03.2020. Zabranjen ulazak u Bosnu i Hercegovinu stranim državljanima*. Dostupno na: <https://www.sarajevoairport.ba/List/Saopstenja/Read/1607/%20Me%C4%91unardni%20aerodrom%20Sarajevo%20privremeno%20se%20zatvara%20za%20putni%C4%8Dki%20promet%20od%20ponedjeljka,%2030032020%20Zabranjen%20ulazak%20u%20Bosnu%20i%20Hercegovinu%20stranim%20dr%C5%BEavljanima> (pristupljeno: 15.04.2021.)
21. Međunarodni aerodrom Sarajevo (2021). *J.P. Međunarodni aerodrom „Sarajevo“ d.o.o. – izvještaj*. Dostupno na: <https://www.sarajevo-airport.ba/Page/Statistika> (pristupljeno: 15.04.2021.)

22. Mulahasanović, J. i Arikan, I. (2005). *An approach to cultural tourism development in Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)*.
23. Naslund, J.A., Aschbrenner, K.A., Marsch, L.A. i Bartels, S.J. (2016). The future of mental health care: peer-to-peer support and social media. *Epidemiology and psychiatric sciences*, 25(2), pp.113-122.
24. Panaitescu, M. i Renea, P. (2020). Change management in tourism in the context of the COVID 19 piemic. *Lucrari S&tail*, 74, pp.156-161.
25. Pašić, M., Bijelonja, I. i Pašić, M. (2020). Air quality during SARS-CoV-2 (COVID-19) lockdown in Sarajevo. *Periodicals of Engineering i Natural Sciences*, 8(2), pp.884-892.
26. Păvăluc, C., Brînză, G., Anichiti, A. i Butnaru, G. I. (2020). COVID-19 piemic i its effects on the tourism sector. *CES Working Papers*, 12(2), 111-122.
27. Petersen, E., Wilson, M.E., Touch, S., McCloskey, B., Mwaba, P., Bates, M., Dar, O., Mattes, F., Kidd, M., Ippolito, G. i Azhar, E.I. (2016). Rapid spread of Zika virus in the Americas-implications for public health preparedness for mass gatherings at the 2016 Brazil Olympic Games. *International Journal of Infectious Diseases*, 44, pp.11-15.
28. Prideaux, B. (2009). Responding to Crisis–The Destination Perspective. *Resort Destinations*, 113.
29. Rothe, C., Schunk, M., Sothmann, P., Bretzel, G., Froeschl, G., Wallrauch, C., Zimmer, T., Thiel, V., Janke, C., Guggemos, W., Seilmaier, M., Drosten, C., Vollmar, P., Zwirgmaier, K., Zange, S., Wolfel, R. i Hoelscher, M. (2020). Transmission of 2019-n CoV Infection from an Asymptomatic Contact in Germany. *New Engli Journal of Medicine*, 382(10), 970–971. <https://doi.org/10.1056/NEJMc2001468>
30. Schmidt, C.W. (2016). *Zika in the United States: how are we preparing?*.
31. Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of business research*, 117, 312-321.
32. Sonmez, S. i Graefe, S. (1998). Determining future travel behaviour from past “ travel experience i perceptions of risk i safety. *Journal of Travel Research*, 37(2), 172–177.
33. Teitler-Regev, S., Shahrabani, S. i Goziker, O. (2014). *The effect of economic crises, epidemics and terrorism on tourism*. Dostupno na:

- [http://www.ijbtsjournal.com/images/column\\_1359163804/9%20Sharon.pdf](http://www.ijbtsjournal.com/images/column_1359163804/9%20Sharon.pdf)  
(pristupljeno: 30.04. 2021.)
34. UNWTO (2021). *How COVID-19 is changing the world: a statistical perspective Volume III*. Dostupno na: [https://unstats.un.org/unsd/ccsa/documents/covid19-reportccsa\\_vol3.pdf](https://unstats.un.org/unsd/ccsa/documents/covid19-reportccsa_vol3.pdf) (pristupljeno: 24.05. 2021.)
35. Ursache, M. (2015). Tourism—significant driver shaping a destinations heritage. *Procedia-Social i Behavioral Sciences*, 188, pp.130-137.
36. Villace –Molinero, T., Ferniez-Munoz, J. J., Orea-Giner, A. i Fuentes-Moraleda, L. (2021). Understing the new post-COVID-19 risk scenario: Outlooks and challenges for a new era of tourism. *Tourism Management*, 86, 104324. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104324>
37. Visit Sarajevo – Turistička zajednica Kantona Sarajevo (2021). *Odmori u Sarajevu*. Dostupno na: <https://www.visitsarajevo.ba/holidays-in-sarajevo-the-government-of-sarajevo-canton-and-the-tourist-board-of-sarajevo-canton-subsidize-the-visit-of-tourists-from-serbia/> (pristupljeno: 10.04.2022.)
38. Vlada Kantona Sarajevo (2020). *Informacija Ministarstava Kantona Sarajevo i Štaba civilne zaštite Kantona Sarajevo o poduzetim aktivnostima u vezi provođenja mjera radi sprečavanja širenja zarazne bolesti koronavirusa*. Dostupno na: [https://skupstina.ks.gov.ba/sites/skupstina.ks.gov.ba/files/azurirana\\_informacija\\_0.pdf](https://skupstina.ks.gov.ba/sites/skupstina.ks.gov.ba/files/azurirana_informacija_0.pdf) (pristupljeno: 23.05.2021.)
39. Vlada Kantona Sarajevo (2020). *Investirajte u Kanton Sarajevo*. Dostupno na: [https://mp.ks.gov.ba/sites/mp.ks.gov.ba/files/investirajte\\_u\\_kanton\\_sarajevo\\_-\\_2021.pdf](https://mp.ks.gov.ba/sites/mp.ks.gov.ba/files/investirajte_u_kanton_sarajevo_-_2021.pdf) (pristupljeno: 14.04.2021.)
40. Vlada Kantona Sarajevo (2021). *Investirajte u Kanton Sarajevo*. Dostupno na: [https://vlada.ks.gov.ba/sites/default/files/investirajte\\_u\\_kanton\\_sarajevo\\_2021\\_230331\\_102417.pdf](https://vlada.ks.gov.ba/sites/default/files/investirajte_u_kanton_sarajevo_2021_230331_102417.pdf) (pristupljeno: 02.07.2023.)
41. Vlada Kantona Sarajevo (2022). *Izveštaj o radu i finansijskom poslovanju Javne ustanove MES – Međunarodni teatarski festival – Scena MESS za 2021. godinu*. Dostupno na: [https://mess.ba/wp-content/uploads/2022/06/Izvjestaj\\_o\\_radau\\_sa\\_finansijski\\_izvjestajem\\_JU\\_MES\\_2021.pdf](https://mess.ba/wp-content/uploads/2022/06/Izvjestaj_o_radau_sa_finansijski_izvjestajem_JU_MES_2021.pdf) (pristupljeno: 12.11.2022.)
42. Volo, S. (2007). Communicating tourism crises through destination websites. *Journal of Travel i Tourism Marketing*, 23(2/4), 83–93

43. Williams, A.M. i Shaw, G. (2004). Tourism i tourism spaces. *Tourism i Tourism Spaces*, pp.1-328.
44. Williams, C. C. (2021). Impacts of the coronavirus piemic on Europe's tourism industry: Addressing tourism enterprises and workers in the undeclared economy. *International Journal of Tourism Research*, 23(1), 79-88. <https://doi.org/10.1002/jtr.2395>
45. Wyman, O. (2020). *To recovery and beyond: The future of travel and tourism in the wake of COVID-19*.
46. Zavod za informatiku i statistiku Kantona Sarajevo (2020). *Statistički Bilten Kanton Sarajevo u brojkama*. Dostupno na: [https://zis.ks.gov.ba/sites/zis.ks.gov.ba/files/kanton\\_u\\_brojkama\\_2019.pdf](https://zis.ks.gov.ba/sites/zis.ks.gov.ba/files/kanton_u_brojkama_2019.pdf) (pristupljeno: 19.04. 2021.)
47. Zavod za informatiku i statistiku Kantona Sarajevo (2022). *Dolasci i noćenja turista u Kantonu Sarajevo po godinama*. Dostupno na: [https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam\\_grafikoni](https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam_grafikoni) (pristupljeno: 10.12.2022.)
48. Zavod za informatiku i statistiku Kantona Sarajevo (2021). *Dolasci i noćenja turista u Kantonu Sarajevo po godinama*. Dostupno na: [https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam\\_grafikoni](https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam_grafikoni) (pristupljeno: 15.04.2021.)
49. Zavod za informatiku i statistiku Kantona Sarajevo (2021). *Po zemljama iz kojih dolaze – 2019*. Dostupno na: [https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam\\_grafikoni](https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam_grafikoni) (pristupljeno: 15.04.2021.)
50. Zavod za informatiku i statistiku Kantona Sarajevo (2021). *Po zemljama iz kojih dolaze – 2020*. Dostupno na: [https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam\\_grafikoni](https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam_grafikoni) (pristupljeno: 15.04.2021.)
51. Zavod za informatiku i statistiku Kantona Sarajevo (2021). *Procenat iskorištenosti kapaciteta po mjesecima – 2019*. Dostupno na: [https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam\\_grafikoni](https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam_grafikoni) (pristupljeno: 15.04.2021.)
52. Zavod za informatiku i statistiku Kantona Sarajevo (2021). *Procenat iskorištenosti kapaciteta po mjesecima – 2020*. Dostupno na: [https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam\\_grafikoni](https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam_grafikoni) (pristupljeno: 15.04.2021.)
53. Zavod za informatiku i statistiku Kantona Sarajevo (2021). *Uporedni pregled dolaska domaćih i stranih turista za Kanton Sarajevo*. Dostupno na: [https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam\\_grafikoni](https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam_grafikoni) (pristupljeno: 15.04.2021.)

54. Zavod za informatiku i statistiku Kantona Sarajevo (2021). *Uporedni pregled turističkih noćenja za Kanton Sarajevo*. Dostupno na: [https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam\\_grafikoni](https://zis.ks.gov.ba/statistika/turizam_grafikoni) (pristupljeno: 15.04.2021.)
55. Zavod za planiranje razvoja Kantona Sarajevo (2019). *Turizam na području Kantona Sarajevo u periodu od 2013. do 2018. godine*. Dostupno na: [https://zpr.ks.gov.ba/sites/zpr.ks.gov.ba/files/turizam\\_ks\\_2013-2018.pdf](https://zpr.ks.gov.ba/sites/zpr.ks.gov.ba/files/turizam_ks_2013-2018.pdf) (pristupljeno: 04.05.2021.)
56. Zavod za planiranje razvoja Kantona Sarajevo (2020). *Akcioni plan 2020-2022. - implementacije Strategije razvoja Kantona Sarajevo do 2020*. Dostupno na: [https://zpr.ks.gov.ba/sites/zpr.ks.gov.ba/files/4.\\_materijal\\_za\\_razmatranje\\_ap\\_2020\\_2022.pdf](https://zpr.ks.gov.ba/sites/zpr.ks.gov.ba/files/4._materijal_za_razmatranje_ap_2020_2022.pdf) (pristupljeno: 04.05.2021.)
57. Zavod za planiranje razvoja Kantona Sarajevo (2020). *Strategija razvoja Kantona Sarajevo 2021-2027*. Dostupno na: [https://zpr.ks.gov.ba/sites/zpr.ks.gov.ba/files/strategija\\_razvoja\\_ks\\_2021-2027.\\_strateska\\_platforma\\_nacrtna\\_prosirena\\_verzija.pdf](https://zpr.ks.gov.ba/sites/zpr.ks.gov.ba/files/strategija_razvoja_ks_2021-2027._strateska_platforma_nacrtna_prosirena_verzija.pdf) (pristupljeno: 15.04.2021.)
58. Zenker, S. i Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic—A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism management*, 81, 104164. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>
59. Zijadić, N. (2021). *Impact of COVID-19 in 2020 on the operation of Sarajevo airport*.

**PRILOZI**

## Prilog 1. Pitanja za intervju

| Ciljevi istraživanja                  | Pitanja za intervju   |
|---------------------------------------|---|
| Utjecaj COVID-19                      | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Kako je pandemija COVID-19 uticala na turizam u Kantonu Sarajevo i koje su glavne promjene za vrijeme pandemije primijećene u sektoru turizma?</li></ol>   |
| Globalni trendovi za razvoj turizma   | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Da li su neki od ključnih trendova, za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu, održivi turizam i digitalizacija?</li><li>2. S obzirom da su nakon pandemije zdravstveni turizam i wellness turizam postali bitni trendovi, smatrate li da se pomenuti trendovi trebaju unaprijediti u Kantonu Sarajevo, kako bi privukli turiste koji traže oporavak i relaksaciju?</li><li>3. Da li bi uvođenje ekološke takse za turiste, po uzoru na druge regionalne turističke centre, trebalo uvesti u Kanton Sarajevo kako bi očuvali i upravljali lokacijama kulturnog i prirodnog naslijeđa?</li></ol>  |
| Regionalni trendovi za razvoj turizma | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Turistički sektor u Kantonu Sarajevo u vremenu prije pojave COVID-19 pandemije se temeljio na lokalnoj kulturnoj baštini, historiji, tradiciji, starim zanatima, ali se zbog pojave pandemije zainteresovanost turista proširuje i na druge vidove turizma kao što su: planinarenje, biciklizam, ekološke ture u sklopu avanturističkog i zelenog turizma. Prema Vašim saznanjima, koliko su ove vrste trendova prisutne i relevantne za razvoj turizma u Kantonu Sarajevo?</li><li>2. Da li saradnja sa regijama u okruženju, uspostavljanjem zajedničkih turističkih ruta i događaja, može biti važan segment za promociju i razvoj turizma u Kantonu Sarajevo u postpandemijskom periodu?</li></ol> |
| Prepreke za razvoj turizma            | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Koje su najveće prepreke s kojima se turistički sektor u</li></ol>   |



|   |   |
|---|---|
|   | <p>Kantonu Sarajevo suočava u postpandemijskom periodu?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Zbog nedostatka adekvatne infrastrukture, poput broja hotela, loše uspostavljenih saobraćajnih veza i turističkih informacijskih centara, kako poboljšati turističku infrastrukturu u Kantonu Sarajevo da bi se privukli novi posjetitelji i popravilo iskustvo postojećih?</li> <li>3. Koje su prepreke za razvoj određenih vrsta turizma u Kantonu Sarajevo, poput kulturnog, zelenog ili avanturističkog turizma?</li> </ol> |
| <p>Targetovanje turista</p>                                 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. U postpandemijskom periodu, za koje oblike turizma je najveća zainteresovanost?</li> <li>2. Da li su bolje predispozicije za razvoj ljetnog ili zimskog turizma i koje su to kako bi turistička sezona trajala čitavu godinu?</li> </ol>  |
| <p>Aktivnosti za unapređenje turizma u Kantonu Sarajevo</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kako bi došli do boljih rješenja u upravljanju turizmom, koji faktori su presudni u postpandemijskom periodu?</li> <li>2. Da li bi kontinuirano ispitivanje i praćenje zadovoljstva i potreba turista u Kantonu Sarajevo doprinijelo daljnjoj promociji i razvoju turizma?</li> </ol>   |